

Dakwah Berbasis Iklan Layanan Masyarakat 3M di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Radio Komunitas PPK FM SRAGI Tahun 2020)

Luluk Azizah^{1*}, Ahmad Hidayatullah²

¹IAIN Pekalongan, Indonesia

² IAIN Pekalongan, Indonesia

lulukazizah@gmail.com
ahmad.hidayatullah@iainpekalongan.ac.id

Artikel History:

Received 22 November 2021

Received in Revised 1 Juni 2022

Accepted 18 Juni 2022

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has forced everyone to adapt to new patterns. One of them is in the world of communication as experienced by PPK FM Srabi Community Radio. The radio, which operates based on an educational and da'wah mission, must innovate more adaptively in order to keep listeners from enjoying its broadcast programs. Using this type of qualitative research and descriptive analysis, this study tries to explore how da'wah based on 3M public service advertisements during the Covid-19 Pandemic was carried out by PPK FM Community Radio Srabi Pekalongan in 2020. As for the results of this study, it can be concluded that da'wah based on public service advertisements about 3M on PPK FM Srabi Community Radio was carried out as an effort to raise public awareness of the importance of implementing health protocols during the Covid-19 Pandemic. This is important considering that maintaining health and personal safety is also part of maqashidus shari'ah, namely hifdzun nafs (keeping the soul).

Keywords: Da'wah; Radio; Public service announcements

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 memaksa semua orang harus beradaptasi dengan pola baru. Salah satunya dalam dunia komunikasi sebagaimana dialami oleh Radio Komunitas PPK FM Srabi. Radio yang beroprasi berdasarkan misi edukatif dan dakwah ini harus berinovasi secara lebih adaptif guna bisa mempertahankan pendengar untuk tetap menikmati program siarannya. Menggunakan jenis penilitian kualitatif serta analisis deskriptif penelitian ini mencoba menggali tentang bagaimana dakwah berbasis iklan layanan masyarakat 3M di Masa Pandemi Covid-19 yang dilakukan oleh Radio Komunitas PPK FM Srabi Pekalongan Tahun 2020. Adapun hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dakwah berbasis iklan layanan masyarakat tentang 3M di Radio Komunitas PPK FM Srabi dilakukan sebagai upaya penyadaran masyarakat akan pentingnya menerapkan protokol kesehatan dimasa Pandemi Covid-19. Hal ini penting mengingat menjaga kesehatan dan keselamatan diri juga merupakan bagian dari *maqashidus syari'ah*, yakni *hifdzun nafs* (menjaga jiwa).

Kata kunci : Dakwah; Radio; Iklan Layanan Masyarakat

Dakwah Berbasis Iklan Layanan Masyarakat 3M di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Radio Komunitas PPK FM Srabi tahun 2020)
Luluk Azizah, Ahmad Hidayatullah

PENDAHULUAN

Dewasa ini, radio mengalami penurunan jumlah pendengar karena perkembangan *gadget* dan internet menjadi penyebab persoalan tersebut terjadi (Innayah & Susanti, 2016). Berdasarkan survei APJII, pengguna internet saat ini sebesar 64,8 % dari total penduduk Indonesia (APJII: Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa, 2019 dalam kompas.com). Maka, dapat dikatakan bahwa hampir sebagian besar khalayak mengandalkan internet dalam kesehariannya. Penurunan jumlah pendengar radio disebabkan juga karena kemudahan mendapatkan lagu melalui internet, mengakses informasi melalui *gadget* dan tidak ada lagi rasa senang dan spesial ketika lagu diputar melalui radio. Dulu radio menjadi tempat favorit untuk mendapatkan informasi dan mendengarkan lagu-lagu kini tergeser oleh media yang berbasis internet. Pernyataan ini juga didukung oleh survei Nielsen yang menyatakan bahwa tingginya tingkat penetrasi internet diikuti dengan akses konten media digital yang kian diminati oleh khalayak (Survei Nielsen: Masyarakat Indonesia Makin Gemar Internetan dalam mediaindonesia.com).

Indonesia sebagai salah satu negara yang sedang berkembang tidak luput dari fenomena perkembangan iklan, iklan Indonesia mengalami perkembangan yang pesat setelah tumbangnya orde lama. Era baru yang cenderung memberikan perhatian pada masalah ekonomi merupakan angin segar bagi industri periklanan. Periklanan mulai diakui secara jelas peran dan fungsinya sebagai kepanjangan tangan dari bagian pemasaran barang dan jasa. Hal ini ditambah dengan semakin banyaknya media-media baru yang bermunculan seperti Surat kabar, Majalah, Televisi bahkan Radio. Perkembangan industri radio di Indonesia sebagai media bagi khalayak umum sekitar tahun 1992, kemudian menjadi kegemaran di Indonesia pada tahun perdana siarannya (1950-1997). Pada tahun 1970, pertumbuhan iklan mengalami perkembangan yang gemilang, meskipun dari segi teks masih sangat sederhana, mengingat terbatasnya sumber daya teknologi yang ada, iklan pada saat itu masih didominasi naskah atau *copy* (Prihatin, 2008).

Radio dipandang sebagai "kekuasaan kelima" (*the fifth estate*) setelah lembaga eksekutif (pemerintah), legislatif (parlemen), yudikatif (lembaga peradilan), dan pers atau surat kabar. Hal itu karena radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak dan rintangan, serta memiliki daya tarik sendiri, seperti kekutan suara, musik, dan efek suara. Salah satu media yang masih eksis dari dulu hingga sekarang adalah radio, radio merupakan suatu media komunikasi, dimana pesan diubah menjadi sinyal suara, dipancarkan dari suatu sumber (*a sender*) dengan antena pemancar, tanpa perangkat kabel, melalui gelombang elektromagnetik, kemudian diterima oleh antena penerima, pada pesawat penerima (*a receiver*), yang mengubah sinyal suara menjadi pesan berupa suara kembali (Wibowo, 2012: 1). Dalam hal lain radio saat ini masih dipercaya oleh

Dakwah Berbasis Iklan Layanan Masyarakat 3M di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Radio Komunitas PPK FM Sragi tahun 2020)
Luluk Azizah, Ahmad Hidayatullah

masyarakat karena keakuratannya dalam menyebarkan informasi. Meski jumlah pendengar radio di Indonesia mengalami penurunan dari tahun ke tahun, akan tetapi mengingat radio adalah media penyiaran komunikasi massa, maka radio tetap berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol, dan perekat sosial (Innayah & Susanti, 2016).

Sementara itu Amin (2013: 271) menjelaskan bahwa di era sekarang ini dakwah menggunakan media radio sangat efektif, mengingat kesibukan masyarakat sangat padat maka dakwah melalui radio yang memiliki daya langsung akan menjadikan pesan-pesan dakwah dapat lebih efektif dan bisa diterima serta dimonitor oleh pendengar secara luas. Selain fungsinya yang bersifat memberikan informasi hiburan, radio juga dapat digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan moral atau pembinaan akhlak kepada masyarakat.

Dimasa pandemi seperti ini, justru radio mulai menampakan kejayaannya lagi dengan memberikan informasi dan edukasi tentang Iklan Layanan Masyarakat (ILM) akan pentingnya 3M dimasa pandemi. Banyak radio yang mengiklankan tentang 3M dimasa sekarang ini, namun berbeda dengan Radio Komunitas PPK FM Sragi tak hanya mengiklan tentang 3M Radio Komunitas ini juga sebagai sarana dakwah sehingga masyarakat tak hanya mendapatkan informasi mengenai 3M namun juga memberikan pengetahuan kepada masyarakat di bidang keagamaan dalam mengiklankan yang disiarkan di Radio Komunitas PPK FM Sragi di chanel 107.7 Mhz. Iklan Layanan Masyarakat ini memang berbeda dari iklan layanan masyarakat di radio lainnya, khususnya dalam hal penyajian materi, tema yang dibahas, dan bahasa yang digunakan karena rata-rata iklan layanan masyarakat di radio komunitas tidak memasukkan unsur agama ataupun dakwah. Namun di radio komunitas Sragi ini, mengiklankan iklan layanan masyarakat yang mengandung unsur dakwah, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan Iklan Layanan Masyarakat yang ada di Radio Komunitas PPK FM Sragi.

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

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

Adapun kebijakan yang lainnya adalah melakukan karantina wilayah baik ke dalam maupun keluar wilayah, sehingga tidak menyebar. Dalam konteks saat ini, terkait

kasus covid-19, *lockdown* serta menerapkan 3M (mencuci tangan menggunakan sabun, menjaga jarak dan memakai masker) solusinya, termasuk segera menemukan anti virusnya, sehingga dapat mengobati dan menghentikan penyebarannya (Mukharom, 2020). Hadits ini dapat dijadikan dasar demi kepentingan bersama untuk menanggulangi merebaknya virus corona. Apalagi virus corona ini sangat reaktif terhadap orang dewasa, dan mekanisme penularan dan strategi pengobatan masih belum jelas (Al-Osail & Al-Wazzah: 2017). Batasan waktu dalam mengiklankan Iklan Layanan Masyarakat tersebut pada bulan agustus tahun lalu hingga sekarang, karena Iklan Layanan Masyarakat tersebut masih relevan dimasa sekarang ini.

Oleh karena itu dakwah berbasis Iklan layanan masyarakat yang mengandung dakwah sangatlah penting dalam memberikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya di bidang keagamaan. Dakwah merupakan usaha untuk mengajak, menyeru dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang teguh pada ajaran Allah guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat serta menghindarkan manusia dari suatu perilaku buruk untuk senantiasa berperilaku baik, seperti yang sudah tercantum dalam firman Allah SWT surat Ali-Imran ayat 104 yang berbunyi:

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

Seiring dengan hadirnya iklan layanan masyarakat yang mengandung unsur dakwah di radio Komunitas PPK FM Sragi menjadi alternatif bagi masyarakat yang ingin mendengarkan iklan layanan masyarakat keagamaan melalui radio. Mengingat radio sekarang sudah memiliki banyak akses untuk memudahkan para pendengar, dan rata-rata pendengar radio di Sragi bekerja dalam mengembangkan industri rumah tangga kecil seperti usaha konveksi, beternak, dan berdagang sehingga banyak disibukkan dengan berbagai aktivitas lainnya yang memang jarang sekali mendengarkan iklan layanan masyarakat yang terdapat unsur dakwahnya. Oleh karena itu dengan adanya iklan layanan masyarakat dakwah ini mampu menambah pengetahuan keagamaan masyarakat. Pengetahuan keagamaan adalah pengetahuan yang datangnya dari Allah SWT, untuk dikaji dan di pelajari secara mendalam oleh manusia agar bisa mendapatkan manfaat dari *Dakwah Berbasis Iklan Layanan Masyarakat 3M di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Radio Komunitas PPK FM Sragi tahun 2020)*

Luluk Azizah, Ahmad Hidayatullah

ilmu keagamaan yang sudah dipelajari untuk bekal dalam kehidupan dunia dan di akhirat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sekilas tentang Radio Komunitas PPK Sragi

Salah satu cikal bakal lahirnya media berbasis radio komunitas di kecamatan Sragi diawali masuknya program pemerintah berbasis pemberdayaan masyarakat desa yaitu program pengembangan kecamatan yang disingkat PPK. PPK adalah program pemerintah yang dikenal dengan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Desa-Program Pegembangan Kecamatan (PPK) masuk di kabupaten Pekalongan tahun 2007 dan kecamatan Sragi menjadi salah satu lokasi yang menjadi partisipasi dalam program tersebut. Sebelum program PNPM- PPK dilaksanakan maka dibentuklah perangkat lunak yang menjadi pelaku dari program tersebut ditingkat kecamatan Sragi melalui proses seleksi partisipatif dari wakil masyarakat se kecamatan Sragi.

Hal yang menarik saat pemaparan seleksi calon pemilihan unit pengelola kegiatan selaku pelaku utama program tersebut adalah pemaparan visi dan misi dari peserta. Ada bagian yang menarik dari visi misi yang diusung peserta untuk dapat menarik simpati dari wakil masyarakat. Salah satu visi dan misi menarik muncul dari salah satu peserta yang mengusung visi mengkombinasikan program PNPM-PPK dengan mendirikan radio komunitas berbasis masyarakat, diharapkan nantinya ada komunikasi langsung antara pelaku tingkat kecamatan dengan masyarakat secara luas sehingga bisa menembus ruang dan waktu yang tak terbatas.

Hadirnya lembaga penyiaran berbasis komunitas di Kecamatan Sragi merupakan berkembangnya sebuah media informasi dalam rangka meningkatkan peran serta masyarakat dalam menerima program pemerintah untuk direncanakan, dilaksanakan, diawasi dan dipelihara berkelanjutan disetiap bidang program. Radio Komunitas PPK FM yang berlokasi satu kantor dengan kegiatan PNPM-Mandiri Perdesaan terletak dibagian barat Kabupaten Pekalongan yang berbatasan dengan Kecamatan Comal kabupaten Pemalang. Radio PPK FM Sragi hadir ditengah-tengah masyarakat Sragi

Dakwah Berbasis Iklan Layanan Masyarakat 3M di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Radio Komunitas PPK FM Sragi tahun 2020)
Luluk Azizah, Ahmad Hidayatullah

untuk menggali potensi dan meningkatkan peran serta warga dalam mewujudkan kesejahteraan dan keterbukaan informasi program dari pemerintah.

Pendirian Radio Komunitas PPK FM Sragi berdasarkan pada keperihakan masyarakat sekitar dalam mendukung pelaksanaan tahapan-tahapan dari proses program yang dicanangkan pemerintah melalui PNPM-Mandiri Perdesaan. Sosialisasi melalui kepala desa dan elem-elemen ditingkat masyarakat, pengelola menyampaikan gagasan berdirinya sebuah lembaga penyiaran berbasis komunitas memalui sosialisasi bersamaan dengan program tersebut. Mencakup luas wilayah 16 desa dan 1 kelurahan di kecamatan Sragi, kelembagaan Radio Komunitas PPK FM Sragi mempunyai komunitas tersebar diseluruh wilayah tersebut dengan target komuitas pelaku PNPM ditingkat desa dan kaum perempuan yang berpartisipasi dalam kegiatan PNPM-Mandiri Perdesaan di kecamatan Sragi.

Awal berdirinya lembaga penyiaran ini tidak hanya bertumpu pada dukungan komunitas saja akan tetapi peran pemerintah setempat, baik tingkat kabupaten, kecamatan maupun perdesaan sangat diharapkan dalam mewujudkan lembaga penyiaran yang berasas dari masyarakat oleh masyarakat dan untuk masyarakat. Dalam pelaksanaan kelembagaan penyiaran berbasis radio komunitas kedepannya akan menjadi mitra pemerintah setempat dalam memberikan akses informasi ke masyarakat.

Dakwah berbasis Iklan Layanan Masyarakat di Radio Komunitas PPK Sragi

Secara prinsip iklan layanan masyarakat di Radio PPK FM Sragi tidak bersifat komersial ataupun profit melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan, serta men dapat citra yang baik di mata masyarakat. Iklan layanan masyarakat yang diiklankan di Radio Komunitas PPK FM Sragi berjejaring ataupun sama seperti iklan layanan masyarakat yang dikeluarkan Radio Komunitas Indonesia secara serentak. Sehingga, pesan-pesan yang diputar di Radio Komunitas ini akan sama dengan beberapa daerah lainnya yang ada Radio Komunitasnya. Iklan layanan masyarakat berfungsi untuk menyebarluaskan informasi

yang bersifat sosial kepada masyarakat luas, agar hatinya dan bertindak serta terlibat aktif seperti harapan yang tertuang dalam isi pesan iklan layanan masyarakat.

Adapun gambaran iklan layanan masyarakat di Radio Komunitas PPK FM Sragi disampaikan melalui insert atau dibacakan langsung. Misal iklan layanan mengenai kehilangan STNK, SIM maka iklan tersebut dibacakan langsung oleh penyiar radio. Namun berbeda dengan iklan layanan masyarakat yang terdapat unsur dakwahnya, iklan tersebut disampaikan melalui insert. Pemasangan iklan di radio dapat dijadikan sebagai kegiatan promosi penjualan setempat dalam upaya untuk menarik konsumen untuk datang.

Adapun gambaran umum lain mengenai iklan layanan masyarakat yang berada di Radio Komunitas Sragi yaitu iklan layanan memperhatikan kondisi masyarakat setempat, sehingga iklan mudah dipahami oleh masyarakat. Sehingga, iklan layanan masyarakat di Radio PPK FM Sragi menyajikan pesan-pesan sosial yang berkaitan dengan kondisi ataupun keadaan masyarakat, agar pesan yang disampaikan nantinya mudah dipahami dan masyarakat bisa mengerti serta bisa melaksanakan apa yang ada di dalam iklan layanan masyarakat yang diputar di Radio Komunitas PPK FM Sragi.

Banyak sekali iklan layanan masyarakat yang bisa kita Dengarkan di radio, salah satunya adalah dakwah berbasis iklan layanan masyarakat tentang 3M dimasa Pandemi Covid-19 seperti ini yang diiklankan di Radio Komunitas PPK FM Sragi untuk menyampaikan suatu konsep dakwah berbasis iklan layanan masyarakat kepada para pendengar. Dalam menyiaran iklan layanan masyarakat yang disiarkan di Radio Komunitas PPK FM Sragi menggunakan konsep dakwah bi-lisan yaitu dakwah yang dilaksanakan melalui lisan. Metode bi-lisan yang dipakai dengan teknik dialog melalui radio untuk menyampaikan pesan dakwahnya kepada para pendengar. Dakwah bi-lisan identik dengan ceramah dan mengarah pada public speaking karena sifatnya yang searah meski dapat diakhiri dengan metode tanya jawab, dakwah bi-lisan (ceramah) umumnya memiliki sifat-sifat pesan dakwah yang ringan, informatif dan tidak mengundang perdebatan (Aziz, 2017: 59).

Adapun konsep dakwah berbasis iklan layanan masyarakat mengambil tema sesuai dengan iklan layanan masyarakat yang diiklankan di radio, dan menggunakan hadits-hadits yang sesuai dengan tema iklan. Hadits-hadits yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat menggunakan hadist-hadits umum yang bersifat mengajak dari isi pesan iklan layanan masyarakat tersebut. Karena kebutuhan masyarakat serta sebagian masyarakat beragama Islam oleh karenanya bisa meningkatkan ataupun memberikan rasa kepedulian terhadap pendengarnya. Sehingga, di dalam pengiklanan iklan layanan masyarakat selain pesan menggunakan bahasa Indonesia ataupun bahasa lokal juga terselip naskah atau audio yang bersifat religi.

Metode dakwah yang berpijak pada dua aktivitas yaitu aktivitas bahasa lisan/tulisan (*bi ahsan al-qawl/bil kitabah*) dan aktivitas badan atau perbuatan (*bi ahsan al-'amal*). Selanjutnya dalam tataran lebih teknis aktivitas lisan dalam menyampaikan pesan dakwah dapat berupa metode dialog (*musyawarah*), petuah, nasihat, wasiat, ta'lim, peringatan, dan lain-lain. Aktivitas tulisan berupa penyampaian pesan dakwah melalui berbagai media massa cetak (buku, majalah, koran, pamflet, dan lain-lain). Aktivitas badan dalam menyampaikan pesan dakwah dapat berupa berbagai aksi amal shaleh contohnya tolong menolong (*ta'awun*) melalui materi, pengobatan dan lain-lain, pemberdayaan sumber daya manusia, lingkungan, penataan organisasi atau lembaga-lembaga keislaman (Aliyudin, 2010).

Hubungan konsep dakwah *bi-lisan* dengan pesan iklan layanan masyarakat yang disampaikan melalui radio sangat berkaitan dan tidak dapat dipisahkan, dakwah memiliki metode penyampaian dan akan menghasilkan pesan yang akan dimengerti oleh *mad'u* (komunikator) sesuai apa yang disampaikan oleh *da'i* (komunikator). Adapun tujuan dari dakwah bi-lisan merupakan sebuah pernyataan yang memiliki tujuan, yaitu keinginan yang dijadikan pedoman bagi menejemen puncak organisasi untuk meraih hasil tertentu atas kegiatan yang dilakukan dalam dimensi waktu tertentu serta tujuan yang hedak dicapai oleh kegiatan dakwah (Fitriani, 2018).

Selain memberikan manfaat dalam bidang sosial, iklan layanan masyarakat di Radio Komunitas PPK FM Sragi memberikan manfaat dalam bidang keagamaan yaitu

pada bidang maqasid syariah. Maqasid syariah adalah untuk mewujudkan kebaikan sekaligus menghindari keburukan, atau menarik manfaat dan menolak mudharat (*dar'u al-mafasid wa jalb al-masalih*) (Shidiq, 2009). *Maqasid syariah* harus berpusat dan bertumpu dalam lima pokok kemaslahatan yaitu: kemaslahatan agama (*hifz al-din*), kemaslahatan jiwa (*hifz al-nafs*), kemaslahatan akal (*hifz al-aql*), kemaslahatan keturunan (*hifz al-nasl*), dan kemaslahatan harta (*hifz al-mal*). Seperti halnya iklan layanan masyarakat tentang 3M dimasa Pandemi Covid-19 ini untuk memberikan kebaikan ataupun pesan dakwah kepada masyarakat Sragi dalam menjaga jiwa (*hifz al-nafs*) (Musolli, 2018) agar tetap sehat dimasa Pandemi Covid-19. Manfaat ini dapat dirasakan secara langsung saat itu juga atau tidak langsung pada waktu yang akan datang.

Analisis Deskriptif pada Iklan Layanan Masyarakat di Radio Komunitas PPK FM Sragi

Jika pada sub bab sebelumnya digambarkan tentang bagaimana Radio Komunitas PPK FM Sragi menggunakan iklan layanan masyarakat sebagai bentuk dakwah di tengah pandemi –yang secara pemaparan masih global- maka dalam sub bab ini akan secara spesifik melihat isi dari iklan tersebut. Biasanya sebelum era pandemi, iklan layanan masyarakat di Radio komunitas ini memang juga sudah memuat perihal keislaman dan dakwah. Begitu Konsep dakwah melalui iklan layanan masyarakat di Radio Komunitas PPK FM Sragi sampai saat ini masih bertahan walaupun banyak media massa yang mengiklan tentang 3M dimasa Pandemi Covid-19, namun radio masih menjadi pilihan masyarakat Sragi karena unsur kedaerahan. Diharapkan dengan adanya iklan layanan masyarakat menjadikan masyarakat Sragi lebih sadar akan pentingnya protokol kesehatan dimasa Pandemi Covid-19 seperti sekarang ini. Konsep dakwah melalui iklan layanan masyarakat yang diiklankan di Radio Komunitas PPK FM Sragi dirancang sangat menarik sehingga masyarakat Sragi tidak merasa bosan saat mendengarkan iklan layanan masyarakat yang diiklankan Radio Komunitas PPK FM Sragi. Adapun sampel Iklan Layanan Masyarakat 3M diambil dari data Radio Komunitas PPK FM Sragi dengan judul Iklan Layanan Masyarakat Isolasi Mandiri, yang secara detail akan dipaparkan seperti berikut:

Dakwah Berbasis Iklan Layanan Masyarakat 3M di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Radio Komunitas PPK FM Sragi tahun 2020)
Luluk Azizah, Ahmad Hidayatullah

a. Backsound : Suara pintu terbuka.

b. Dialog

Voice 1 : Ibu Siti Aminah.

Voice 2 : Iya dok, saya.

Voice 1: Silahkan duduk Bu. Bu Siti berdasarkan pemerikasaan Ibu terpapar Covid-19, tapi masih dalam gejala ringan. Jadi Ibu saya sarankan untuk isoman di rumah.

Voice 2 : Lho Dok. Saya ini istrinya Pak Budi, kok disuruh ke rumah Isman.

Voice 1 : Isoman itu, isolasi mandiri Bu. Bukan nama orang.

Voice 2 : Owalah, kirain. Diobati saja ya Dok, nantikan bisa sembuh sendiri.

Voice 1: Karena Ibu masih gejala ringan. Ibu bisa cepat pulih dengan isolasi mandiri di rumah, asal sesuai dengan ketentuan.

Voice 2 : Ketentuan bagaimana Dok?

Voice 1: Isolasi mandiri berlaku untuk pasien dibawah 45 tahun tidak punya penyakit penyerta. Isolasi mandiri dilakukan selama 10 hari untuk pasien tanpa gejala, ditambah 3 hari untuk gejala ringan.

Voice 2 : Terus Dok?

Voice 1: Ada kamar tidur terpisah, kamar mandi juga terpisah dari anggota keluarga lainnya. Rumah harus memiliki fasilasi dan pencahayaan yang baik, alat mandi dan makan terpisah sendiri-sendiri dan keluarga lainnya. Jangan lupa protokol kesehatannya dijaga ya Bu. Memakai masker, cuci tangan dan jaga jarak.

Voice 2 : Lah di rumah sendiri saja pakai masker Dok.

Voice 1: Itu sangat penting Bu, apalagi sudah positif. Menjaga anggota keluarga lainnya tetap sehat dan terlindungi, hindari kontak

degan orang lain dan jangan menerima tamu. Yang tak kalah penting, komunikasikan kondisi kesehatan Bu Siti ke puskesmas terdekat agar pihak puskesmas mengetahui perkembangannya dan membantu jika ada kendala.

Voice 2 : Wah, terimakasih banyak ya Dok. Saya siap isoman di rumah, mohon doa nya ya Dok, supaya saya lekas sembuh.

Voice 1: Baik Bu, silahkan diantar petugas saya pulang. Komunikasikan dengan pihak rumah untuk mengatur semua kebutuhan.

c. Narator :

“Jika kamu mendengar wabah di suatau wilayah, maka janganlah kalian memasukinya. Tapi jika terjadi wabah di tempat kamu berada, maka jangan tinggalkan tempat itu”. (HR. Bukhari).

d. Analisis

Hadits ini dapat dijadikan dasar demi kepentingan bersama untuk menanggulangi merebaknya virus corona. Berdasarkan *al-Maqashid Syari’ah* pada prinsipnya hukum syariat bertujuan untuk mencapai kebahagiaan hidup manusia, baik di dunia maupun di akhirat. Kebahagiaan tersebut dapat tercapai apabila mencari dan mengumpulkan segala sesuatu yang bermanfaat, dan menghindarkan diri dari segala yang merusak. Dalam terminologi ushul fiqh dikenal dengan kaidah *dar’ul mafasid muqoddam ‘ala jalbil masholih* (menghindarkan kerusakan/kerugian diutamkan atas upaya membawakan keuntungan/kebaikan) dan *adh-dhororu yuzalu* (bahaya haruslah dihilangkan).

Islam juga tidak menghendaki kemudharatan kepada umatnya. Oleh karena itu, setiap kemudharatan wajib hukumnya untuk dihilangkan. Sehingga pencegahan terhadap hal-hal yang mendatangkan kemudharatan lebih dikedepankan daripada menarik suatu kemaslahatan di dalamnya. Termasuk mencegah merabaknya Covid-19 ini harus dilakukan dengan segala upaya termasuk mengambil risiko yang bahayanya lebih sedikit untuk menghindari dari bahaya yang lebih besar.

Oleh karena itu, sebagai umat Islam hendaknya ikhtiar dengan menerapkan jaga jarak atau *social distancing* dan karantina untuk menghadapi wabah Covid-19 saat ini. Kebijakan jaga jarak atau *social distancing* merupakan salah satu cara untuk menghindarkan diri dari *mafatasadat* (keburukan) yang ditimbulkan wabah virus Corona-19 yang telah menjadi pandemi global. Selain itu sikap *tafakur* sangat diperlukan untuk selalu berkhusundzon, bersabar dan semakin mendekatkan diri kepada Allah SWT dalam perjalanan berjuang menghadapi wabah ini. *Tafakur* dalam menghadapi wabah ini dapat dilakukan dengan berikhtiar dan berdoa, karena wabah yang terjadi merupakan rahmat Allah dengan tujuan agar umat-Nya selalu ingat dan mendekatkan diri kepada-Nya.

e. Implementasi

Metode dakwah yang digunakan dalam iklan layanan masyarakat adalah metode dawah *bil-lisan* dengan mengacu pada *qaulan layyinah* (perkataan yang mengandung ajaran), *qaulan sadidan* (kata-kata jelas), *qaulan maisyura* (kata-kata yang memudahkan). Sehingga kajian ini menjadi hal yang penting karena ingin mendeteksi pengaruh Iklan Layanan Masyarakat 3M dimasa Pandemi Covid-19 terhadap perilaku masyarakat Sragi, permasalahan ini dilihat dari sudut pandang bagaimana masyarakat berperilaku menggunakan media radio dalam menerima informasi tentang Covid-19. Kajian ini merupakan kajian media dan efek, informasi dari media menimbulkan efek terhadap masyarakat dan masyarakat bertindak sesuai dengan apa yang mereka rangsang dari stimulus yang diberikan dalam informasi di media sesuai dengan yang mereka inginkan. Perilaku yang diharapkan yaitu menerima perilaku baru atau menolak perilaku yang diinginkan, sehingga strategi ini mampu memodifikasi kebiasaan menjadi perilaku yang lebih baik dan meninggalkan perilaku yang buruk.

Adanya virus Corona merupakan satu cobaan, semua orang dibuat takut dan khawatir oleh penyebaran virus Covid-19. Oleh sebab itu, sikap yang diambil adalah menyakini bahwa virus adalah makhluk Allah, tunduk dan taat atas perintah Allah SWT dengan demikian manusia diharuskan kembali kepada jati dirinya yaitu ada Yang Maha Kuasa dibalik semua kejadian di muka bumi ini. Sikap selanjutnya adalah berdoa, sebagai insan beriman kita harus yakin bahwa semua itu atas kehendak-Nya. Selain itu, kita harus menerapkan protokol kesehatan yaitu 3M (Menjaga Jarak atau *social distancing*, mencuci tangan menggunakan sabun dan air mengalir serta memakai masker) agar selamat dan dijaga dari penyebaran penyakit akibat virus Corona.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilaksanakan di Radio Komunitas PPK FM Sragi tentang konsep dakwah berbasis iklan layanan masyarakat 3M dimasa Pandemi Covid-19 tahun 2020 dapat diambil beberapa kesimpulan bahwa Radio Komunitas PPK FM Sragi merupakan radio komunitas yang mengiklankan iklan layanan masyarakat tentang 3M yang terdapat unsur dakwah. Sehingga selain menjadi radio komunitas, radio tersebut juga sebagai wadah untuk menyiaran dakwah Islamiyah dengan memperhatikan kepentingan dan kebutuhan masyarakat Sragi untuk menambah pengetahuan keagamaan masyarakat. Bagi masyarakat Sragi sendiri dengan adanya dakwah berbasis iklan layanan masyarakat 3M dimasa Pandemi Covid-19 memunculkan kesadaran masyarakat untuk menerapkan protokol kesehatan serta iklan layanan masyarakat tersebut efektif pelaksanannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyudin. 2010. *Prinsip-prinsip Metode Dakwah menurut Al-Qur'an*.Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 4. No. 15. Januari-Juni.
- Al-Osail, Aisha M. and Marwan J. Al-Wazzah, 2017. *The history and epidemiology of Middle East respiratory syndrome corona virus*, *Multidisciplinary Respiratory Medicine*. DOI 10.1186/s40248-017-0101-8.
- Amin, Samsul Munir. 2013. *Ilmu Dakwah*. Cet Ke-2. Jakarta: Amzah.

- APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa. 2020. <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. 2004. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Fitriani, Resa. 2018. *Metode Dakwah bil-lisan dalam Pencegahan Kristenisasi di Desa Wawasan Kecamatan Tanjung Sari Kabupaten Lampung Selatan*. Skripsi. Universitas Raden Intan Lampung. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- Musolli, "Maqasid Syariah: Kajian Teoritis dan Aplikatif pada Isu-Isu Kontemporer", Jurnal At-Turas, Vol. V, No. 1, Januari-Juni 2018.
- Prihatin, Skripsi "Iklan Layanan Masyarakat Sebagai Pesan Dakwah" (Kajian Iklan Layanan Masyarakat RRI Semarang 2006), Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2008.
- Shidiq, Ghofar. 2009. *Teori Maqashid al-Syari'ah dalam Hukum Islam*. Jurnal Universitas Islam Agung. Vol.XLIV. no. 118. Agustus.
- Survei Nielsen: Masyarakat Indonesia Makin Gemar Internetan. 2019. <https://mediaindonesia.com/read/detail/114722-%0D%0Asurvei-nielsenmasyarakat-indonesia-makin-%0D%0Agemar-internetan>.
- Susanti, mariana & Innayah. 2016. *Peran Serta Pendengar Dan Lembaga Pemerintah Dalam Siaran Radio Pendidikan*. Jurnal Pekommas, Vol. 1 No. 1. April 2016.
- Wibowo, Fred. 2012. *Teknik Produksi Progam Radio Siaran*, Cet Ke-1. Yogyakarta: Grasia Book Publisher.

Dakwah Berbasis Iklan Layanan Masyarakat 3M di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Radio Komunitas PPK FM Sragi tahun 2020)
Luluk Azizah, Ahmad Hidayatullah