

# INTERAKSI PERADABAN: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam

ISSN : 2809-7645

E-ISSN : 2809-7653

DOI :

Vol. 4 No. 2, 2024

<http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/interaksi>



---

## Media Inklusif Radio Dakwah Silaturahmi 720 AM dalam Menjaga Reputasinya

Eva<sup>1)</sup>, Armawati Arbi<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

<sup>2)</sup>Dosen UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Email:

[armawati.arbi@uinjkt.ac.id](mailto:armawati.arbi@uinjkt.ac.id)

---

### Keywords

*Media dakwah inklusif,  
Reputasi, Current Image Public  
Relation*

### ABSTRACT

Media dakwah biasanya mengacu kepada satu pemikiran saja, yaitu Wahabi seperti radio Rodja di Cilensi. Namun radio dan televisi dakwah Silaturahmi 720 AM di Cibubur merangkul semua pemikiran Islam, pemikiran ASWAJA seperti Nahdatul Ulama, Muhammadiyah, PERSIS, dan lainnya. Jadi radio dakwah inklusif RASIL, ada pihak yang menganggap radio Silaturahmi berpemikiran Syiah. Radio Dakwah Salafi juga beragam, dari yang mengharamkan lagu, yaitu Radio Rodja di Cilensi, boleh memutar lagu Nasyid Radio Fajar di Bogor. Perumusan masalah penelitian ini mengungkap bagaimana Humas radio dakwah Inklusif Silaturahmi berupaya menjaga reputasi inklusif sehingga khalayak dan masyarakat mengetahui visi, misi dan programnya secara langsung dan tidak langsung dalam penyebaran informasi. Pendekatan penelitian ini kualitatif dengan metode observasi, dokumen, dan wawancara mendalam. Artikel ini menemukan empat cara penyebaran informasi kepada 1) Publik internal mendiskusikan dan memecahkan masalah, 2) mendekati dan bekerjasama dengan berbagai institusi, 3) menyebarkan program-programnya, melalui sosial media, yaitu Youtube, facebook elektronik, yaitu radio Sela di Batam sebagai jaringan radio. Tim radio mengundang mereka ke studio melalui non media seperti telpon dan whatsapp, sebar kalender dan profile radio setiap acara off-air sejak tahun 2012. Juga bersilaturahmi ke masjid, Tabligh Akbar, dan majlis taklim ibu-ibu.

---

### Pendahuluan

*Public relation* radio Dakwah Inklusif Silaturahmi 720 AM dalam menjalankan sebuah fungsi manajemennya. Mereka membangun serta menjaga hubungan baik publik internal dan organisasi bermanfaat kepada publik eksternalnya. Publik relations PT Radio Swara Aditama Jl. Masjid Silaturahmi Nomer 36 Kalimanggis Cibubur Jatikarya Jatisampurna, Kota Bekasi 12740 Jawa Barat. Hasil pekerjaan humas di dalam suatu perusahaan atau organisasi, terbukti dan terpampang pada kalender radio rasil tahun 2020, berjumlah 24 sponsor, yaitu Devanusa, Toko Raja, Ajwa, Teacher Working Group, etalaserasil.com, DKM Silaturahmi, YPSJ, Sekolah Islam Terpadu, Pengurus NU, Kantor Berita Mina, Gerakan Pejuang Dakwah, Mer-C, Baituna, Bank DKI Syariah, Masjid At-Tin, Laziz Amil Pustaka, United Islam Channel, rebtal alat.com melayani berbagai bacaan buku dari berbagai penerbit dan dikirim melalui online.

Radio dakwah inklusif ini memiliki berbagai berita dari berbagai penjuru dunia dan program-programnya dari berbagai narasumber, yaitu Ustad Imam Syamsi Ali di New York, Broadcaster BBC Nuim Khaiyath di Australia, pengurus pembangunan rumah sakit Indonesia di Palestina. Program Topik Berita disiarkan oleh Ichsana Thalib. Ia membacakan berbagai sumber koran dan on line yang terpercaya tingkat nasional dan internasional setiap pagi, sumber Kantor Berita Mina dan Voice of Amerika. (Armawati Arbi, pendengar setia sejak 2012)

Rekaman pendakwah yang legendaris pun diputar oleh tim radio rasil 720 AM, yaitu almarhum Buya Hamka, almarhum Zainuddin MZ sebagai pendakwah sejuta umat, almarhum Gofar Ismail, dan almarhum Haji Syafi'i. Pendakwah inklusif di radio Rasil 720AM beragam. Mereka adalah MUI Ustad Zaki Mubarak, Ustad Ahmad Sanusi, Ustad Abul Hidayat Saerodji, Habib Rizieq Syihab, dan sebagainya. Mereka berasal dari organisasi yang berbeda. Pengasuh program talkshow di Rasil dari berbagai keahlian, professor sejarah Mansyur Suryakartanegara dan Amani Lubis ahli Sejarah Kerajaan Mamluk, RM Alfian ahli Herbal S2 UI, Ichsannuddin Noorsy ahli ekonomi dan politik, Abu Bakar Baraja ahli psikologi anak, Zein al Hady ahli psikologi Islam, ahli tafsir, ahli ekonomi Islam, ahli hadis, dokter THT, dan sebagainya. Mendengar radio Rasil 720 AM mengulang

mata kuliah pada fakultas-fakultas di UIN Jakarta. Programnya mencerdaskan kehidupan bangsa dan pendengarnya. (Observasi, 2020)

*Peran public relations* yang paling penting dalam suatu perusahaan adalah menciptakan, membangun, dan menjaga citra dan reputasi yang baik. Menurut (British) *Institute of Public Relations* (IPR), mendefinisikan *public relations* sebagai pihak yang berperan penting dalam membangun dan menjaga reputasi organisasi, di mana-mana reputasi ini dapat diartikan sebagai hasil dari apa yang dilakukan perusahaan atau organisasi. IPR juga mendefinisikan praktek *public relations* sebagai sebuah ilmu untuk menjaga reputasi dengan tujuan mendapatkan dukungan serta mempengaruhi opini dan perilaku publik. Reputasi ibaratkan *intangible asset*, aset yang tidak tampak namun memiliki pengaruh besar bagi perusahaan atau organisasi. (Ruslan, 2007)

Menurut Dowling, reputasi adalah keseluruhan citra (image) yang digabungkan dengan nilai-nilai publik mengenai kinerja perusahaan maka publik akan menciptakan reputasi yang baik bagi perusahaan tersebut. (Dowling & Robert, 1994). Dari penjabaran di atas terlihat bahwa reputasi adalah gabungan antara citra, kinerja dan bagaimana sebuah perusahaan atau organisasi mengkomunikasikan kinerja mereka.

Reputasi baik merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan atau organisasi. Karena reputasi inilah yang nantinya akan menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap organisasi dan dapat menciptakan loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Reputasi tidak hanya berorientasi profit, namun juga penting dalam organisasi nonprofit, di mana reputasi menjadi penting agar masyarakat dapat meyakini bahwa keberadaan organisasi tersebut membawa hal yang positif di masyarakat. (Paul Arsent, ). Reputasi ini dapat dipantau pada media resmi perusahaan atau lembaga.

Radio merupakan salah satu lembaga yang tak kalah pentingnya untuk memiliki reputasi positif. Media radio dalam penggunaannya karena penyebaran informasi komunikasi dapat tersebar luas dengan cepat ke berbagai kalangan masyarakat. (Effendy, 2002). Radio masih eksis dalam dunia penyiaran. Saat sekarang ini, jumlah siaran radio sudah mencapai ratusan di seluruh Indonesia, baik radio swasta, radio komersial, bahkan radio komunitas dan memperlihatkan perkembangan yang semakin baik. Tak hanya

berfungsi sebagai media informasi dan hiburan, radio juga menjadi media dakwah yang saat ini mengalami kemajuan di berbagai hal seperti dari teknik atau metode dakwah serta media dakwah yang sangat variatif dan menarik perhatian masyarakat.

Di tengah situasi tersebut, salah satu radio dakwah yang berkembang sampai sekarang adalah Radio Silaturahmi (Rasil). Sebagai radio dakwah Islam, Radio Silaturahmi (Rasil) Bekasi menjalankan visi dan misi dakwahnya dengan menggunakan motto “Untuk Islam Yang Satu”, yang berkomitmen memberikan sajian yang mencerahkan bagi pendengar dalam satu naungan keislaman dan mempererat persatuan dan menghindari perbedaan sekecil apapun dalam masalah furu’, namun tegas dalam mengedepankan masalah aqidah. Radio Rasil ini senantiasa mengedepankan misi dakwah, dengan mendakwakan Islam yang rahmatan lil’alamin. (Company Profile Radio Silaturahmi, 2018).

Isu yang menerpa Radio Silaturahmi ini bukan tanpa alasan. Ada beberapa yang menjadi factor munculnya isu-isu tersebut. Drs. Ichan Thalib selaku komisaris PT Radio Swara Citra Aditama (Rasil AM 720) mengatakan bahwa “isu ini bisa berkembang ketika Rasil terbuka, di sini dalam hal pemikiran yang ada. Pertanyaan-pertanyaan yang daerah licin itu keluar, seperti sejarah Muawiyah, Yazid, dan lain-lain. Kita ini tidak bisa mengkafirkan orang Syi’ah. Pada tatanan itulah akhirnya kita dituduh Syi’ah”.(MINA, 2018)

Selain itu, Radio Silaturahmi memiliki narasumber sekaligus pengasuh bernama Habib Husain Al-Atas, di mana beliau dinilai sebagai misioner Syi’ah karena isi ceramahnya yang sering kali menyinggung terlihat pro terhadap paham Syi’ah. Indikasi Syi’ah yang bisa ditemukan pada diri Ustad Habib Husain Al-Atas adalah ketika Ustad Habib Husain Al-Atas menjawab sebuah pertanyaan dari pendengar yang dibacakan oleh pembawa acara Rasil 720 AM, pada Selasa malam (sekitar pukul 08.00) tanggal 12 Mei 2015.(Andirja, 2015)

Dari berbagai permasalahan dan isu yang menimpa Radio Silaturahmi, semua hal ini berakibat pada semakin buruknya reputasi Radio Silaturahmi sebagai radio dakwah. Buruknya reputasi Radio Silaturahmi tersebut menyebabkan menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat dan para pendengar. Maka dari itu diperlukan peran humas yang

handal untuk dapat menepis isu yang ada, memperbaiki, dan menjaga reputasi Radio Silaturahmi.

Fenomena tersebut disebabkan oleh pertama, dalam menghadapi masalah dalam sebuah perusahaan serta dalam mengembangkan stasiun televisi agar tetap mempertahankan eksistensinya perlu menjaga citra dan reputasi, karena reputasi merupakan hal yang mempengaruhi sebuah organisasi atau perusahaan.

Maka dari itu, penelitian ini ingin mengungkap penyebaran informasi Public Relation Radio Silaturahmi dalam menjaga reputasinya sebagai radio dakwah inklusif dan menjaga kepercayaan pendengar. Oleh karena itu penelitian ini diberi judul: “Penyebaran Informasi Public Relation Radio Silaturahmi dalam Menjaga Reputasi sebagai Radio Dakwah”.

Dari permasalahan di atas sebagai tujuan dari penelitian ini dapat diajukan sebuah pertanyaan mayor, yaitu bagaimana penyebaran informasi public relation dalam menjaga reputasi Radio Silaturahmi? Pertanyaan ini akan dijawab dengan tiga pertanyaan minor, yaitu: 1) Bagaimana perencanaan public relation dalam menjaga reputasi Radio Silaturahmi? 2) Bagaimana pelaksanaan public relation dalam menjaga reputasi Radio Silaturahmi? 3) Bagaimana evaluasi public relation dalam menjaga reputasi Radio Silaturahmi?

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis adalah sebuah paradigma yang merupakan antitesis dari pengamatan dan objektivitas dalam melihat sebuah fenomena atau realitas. (Hidayat, Dedy N, 2003)

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menekankan dari proses berpikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dan senantiasa menggunakan logika ilmiah serta menekankan pada kedalaman berpikir formal dalam menjawab permasalahan yang dihadapi (Gunawan, Imam, 2013). Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, M, 1998)

Subjek penelitian ini adalah tim public relation Radio Silaturahmi. Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah penyebaran informasi public relation dalam menjaga reputasi sebagai Radio Dakwah Inklusif.

Teknik pengumpulan data penelitian ini yaitu melalui observasi, dokumentasi, wawancara mendalam. Kemudian pengolahan data yang dilakukan adalah dengan cara mencatat hasil observasi, mengolah dokumen, wawancara. Mereka melakukan prosedur penelitian: mengidentifikasi masalah, membatasi masalah, dan perumusan masalah.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Hasil

#### Perencanaan Public Relation dalam menjaga reputasi Radio Silaturahmi

Dalam sebuah perusahaan atau organisasi sebuah diskusi atau rapat merupakan hal yang sangat penting. Ketika suatu organisasi atau perusahaan mendapatkan kendala atau hambatan dalam proses pencapaian tujuan perusahaan, hal yang harus dilakukan adalah rapat internal perusahaan.

Di dalam rapat, semua anggota perusahaan atau organisasi dapat menyampaikan permasalahan-permasalahan yang dihadapinya, di samping itu anggota yang lain juga dapat memberikan kontribusi lain seperti ide atau gagasannya untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang ada. Radio Silaturahmi (Rasil) Bekasi mengadakan rapat internal perusahaan untuk mendiskusikan permasalahan yang terjadi, baik internal maupun eksternal.

Di dalam rapat rutin yang dilakukan ini, pihak Radio Silaturahmi mengumpulkan beberapa data sebagai acuan dasar mereka dalam menentukan masalah apa yang terjadi. Pada kasus isu Syi'ah ini, pihak Radio Silaturahmi telah berhasil menemukan berita pada portal media online dan di berbagai tayangan youtube yang mengatakan bahwa Radio Silaturahmi ini pro terhadap Syi'ah. Dengan mengantongi beberapa data berita tersebut, pihak humas atau public relations Radio Silaturahmi segera merancang bagaimana cara untuk meluruskan berita miring yang menimpa Radio Silaturahmi.

Praktisi humas melakukan tindakan menolak isu Syi'ah dengan mengeluarkan pernyataan terhadap penolakan melalui tayangan youtube dan juga penyampaian penolakan isu pada setiap program-program Radio Silaturahmi. Penolakan isu ini juga dilakukan dengan pembuktian pada program-program Radio Silaturahmi yang tidak mengarah pada paham Syi'ah. Radio Silaturahmi juga selalu menghadirkan berbagai narasumber dari berbagai kalangan dan golongan. Seperti yang tercantum pada motto Radio Silaturahmi "Untuk Islam Yang Satu" dengan tujuan ingin menyatukan umat islam yang terkadang terpecah belah oleh perbedaan pendapat.

Perencanaan selanjutnya adalah mempublikasikan dan mensosialisasikan program-program Radio Silaturahmi. Dalam siaran on air pihak radio atau narasumber akan menyampaikan secara langsung bahwa Radio Silaturahmi tidak seperti apa yang diberitakan dan juga tentunya mempublikasikan apa saja program-program dari Radio Silaturahmi. Sedangkan dalam siaran off air, pihak Rasil dan juga ustadz akan menyampaikan secara langsung juga bahwa Radio Silaturahmi ini tidak seperti apa yang diberitakan sekaligus juga mempublikasikan program-program Radio Silaturahmi melalui penyebaran pamflet atau brosur Radio Silaturahmi kepada para jamaah.

#### **A. Pelaksanaan Public Relation dalam Menjaga Reputasi Radio Silaturahmi**

Tujuan humas adalah untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan dengan khalayaknya jika hasil riset menunjukkan telah terjadi kesalahpahaman, kesangsian dan bahkan kecaman dari khalayak sehubungan dengan suatu krisis yang dialami perusahaan.

Saat isu pro syi'ah menimpa Radio Silaturahmi (Rasil) Bekasi, hal ini sangat berpengaruh terhadap citra dan reputasi bagi Radio Silaturahmi (Rasil), sebagaimana yang disampaikan oleh pak Angga selaku HRD di Radio Silaturahmi (Rasil) Bekasi pada kesempatan wawancara yang lalu bahwa isu ini berpengaruh terhadap citra serta reputasi Radio Silaturahmi. Maka dari itu, pihak manajemen dan humas melakukan tindakan dan komunikasi untuk

menolak isu tersebut dengan mengeluarkan statement penolak yang dilakukan langsung oleh pemilik Rasil yaitu H. Faried Thalib dalam akun youtube Anti-Majos Indonesia Malaysia membahas mengenai alasan mengapa Radio Silaturahim (Rasil) sering diberitakan corongnya aliran Syiah.

Selain itu, Radio Silaturahim (Rasil) Bekasi melakukan komunikasi untuk menyebarluaskan program atau rencana perusahaan yang telah ditetapkan pada tahap sebelumnya. Dalam proses penyampaian rencana atau program perusahaan tersebut dapat berupa rapat, arahan dari atasan ke bawahan ataupun sesama karyawan. Selain menggunakan media sosial, humas atau public relations Radio Silaturahim juga melakukan penyebaran informasi secara langsung (off air) dengan melakukan kunjungan-kunjungan ke sekolah dan melakukan tabligh akbar di masjid-masjid, seperti yang disampaikan oleh pak Angga selaku praktisi humas atau public relations Radio Silaturahim.

“Untuk non media nya kita masjid. RASIL bekerja sama dengan banyak masjid, dan biasanya masjid itu datang kepada RASIL meminta narasumber untuk dijadikan pengisi di khutbah jumat, majelis ta’lim, tabligh, dan lain-lain. Begitu juga jika kami punya program, akan kami sampaikan kepada masjid tersebut.”

Praktisi humas Radio Silaturahim melakukan kerja sama dengan beberapa masjid, sekolah dan pesantren yang ada di Jabodetabek. Kegiatan yang dilakukan berupa tabligh akbar, khutbah Jumat, mejelis ta’lim dan kegiatan keagamaan lainnya dengan menghadirkan narasumber dari Radio Silaturahim. Sosialisasi program juga dilakukan dengan melakukan kunjungan ke beberapa sekolah dan perguruan tinggi. Selain itu juga penyebaran pamphlet atau brosur juga dilakukan di akhir event. Hal ini dilakukan agar informasi yang disampaikan tidak lupa begitu saja. Namun qodarullah, virus covid-19 yang melanda negeri ini, kegiatan off air dikurangi, hal ini dilakukan untuk mengurangi penyebaran virus covid-19.

Selain itu juga komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi dengan khalayak atau publik. Setelah komunikasi internal dilaksanakan, maka harus

adanya komunikasi eksternal (publik dan stakeholder). Radio Silaturahmi (Rasil) Cibubur mampu mengkomunikasikan program-program kerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan dengan baik.

Selain itu, para pendengar atau publikpun sudah merespon dengan baik terkait isu yang menimpa Radio Silaturahmi (Rasil) ini, di mana para pendengar juga menolak beberapa pernyataan yang dilontarkan kepada Radio Silaturahmi dengan mendengarkan setiap program-program dari Radio Silaturahmi yang memang tidak berindikasi kepada Syiah.

Di samping itu, Radio Silaturahmi juga memberikan pengetahuan terkait Syiah dan ilmu agama lainnya melalui program-programnya. Hal ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan kepada para pendengar, sehingga publik bisa memfilter informasi yang beredar dengan pengetahuan yang dimiliki.

Dari pemaparan di atas dapat dikatakan bahwa Radio Silaturahmi telah berhasil dalam mengkomunikasikan apa yang terjadi sebenarnya pada Radio Silaturahmi. Dan telah berhasil memberikan pengetahuan kepada para pendengar, sehingga paham akan motto Radio Silaturahmi (Rasil) “Untuk Islam Yang Satu” yakni menjadi media pemersatu di tengah perbedaan yang ada.

Praktisi humas atau public relations Radio Silaturahmi juga menjalin kerja sama dengan pihak lain (lembaga dakwah, lembaga swasta, lembaga kemanusiaan, pemerintah). Tidak hanya melakukan sosialisasi program kepada publik, humas atau public relations juga bertugas juga dalam menjalin hubungan dengan lembaga-lembaga lain (eksternal). Menjalin ikatan dan kerjasama dengan pihak lain dapat menguntungkan kedua belah pihak, karena dapat bertukaran informasi sehingga dapat membangun dan mempertahankan citra dan reputasi Radio Silaturahmi. Radio Silaturahmi melakukan kunjungan ke berbagai lembaga dakwah, lembaga swasta, NGO dan garda humanity lainnya. Selain itu juga humas atau public relations juga melakukan silaturahmi dengan pemerintah, menurut Angga sebagai HRD di Radio Rasil (wawancara kepada Rangga Imanuddin, 2020).

Hubungan yang dilakukan dengan pemerintahan adalah perihal perizinan, administrasi dan juga program evaluasi dari pemerintah. Sebagai radio dakwah, Radio Silaturahmi tentu menjalin kerjasama dengan lembaga dakwah dan organisasi masyarakat (ormas), seperti PBNU, Muhammadiyah, Persis, Jamaah Muslimin, dan para habib. Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan Radio Silaturahmi kepada publik atau masyarakat. Isu keumatan yang setiap saat selalu berubah juga menjadi perhatian bagi Radio RASIL. Maka dari itu, Radio RASIL selalu berkoordinasi dengan lembaga-lembaga dakwah. Bentuk kerjasama yang dilakukan adalah menjadi dewan Syariah Radio Silaturahmi (Rasil) juga mengadakan program Pendidikan Kader Da'i (PKD).

Selain itu, Radio Silaturahmi (Rasil) Bekasi juga bekerja sama dengan berbagai organisasi seperti: Kantor Berita Islam MINA (Mi'raj Islamic News Agency), Yayasan Rahmatan Lil'alamin, Yayasan Pesantren Islam Al-Azhar, Front Pembela Islam, Forum Umat Islam, Aqsa Working Group (AWG), MER-C dan Al-Irsyad Al-Islamiyah. Radio Silaturahmi (Rasil) juga melakukan kerjasama dengan lembaga sosial seperti Hilmi (Hilal Merah Indonesia) dan UAR (Unit Al-Fatah Rescue). Dengan berbagai kerjasama yang dilakukan, Radio Silaturahmi telah berusaha untuk menjalin hubungan yang baik dengan berbagai stakeholder. Hal ini yang akan menjadi faktor pendukung humas Radio Silaturahmi dalam menjaga citra dan reputasi perusahaan.

## **B. Evaluasi Public Relation Radio Silaturahmi dalam Menjaga Reputasi Radio Silaturahmi**

Langkah terakhir yang dilakukan adalah penilaian serta evaluasi terhadap persiapan, pelaksanaan dan hasil-hasil program. Apakah program yang telah berjalan efektif dan dapat dilanjutkan atau bahkan dapat dihentikan dan digantikan dengan yang lain. Suatu evaluasi dapat dikatakan lengkap, jika tanpa memberikan penilaian atas masing-masing tingkatan sebagai berikut: (Morissan, 2008)

- a. Evaluasi tahap persiapan memberikan penilaian atas kualitas informasi dan kecukupan informasi serta perencanaan strategis yang dilakukan.
- b. Evaluasi tahap pelaksanaan menilai kelengkapan taktik dan kecukupan usaha yang telah dilakukan.
- c. Evaluasi terhadap dampak memberikan penilaian atas efek yang dihasilkan dari suatu program kehumasan yang telah dilaksanakan.

Setelah menjalankan program-program yang telah ditetapkan, Radio Silaturahmi melakukan tahapan evaluasi. Evaluasi yang dilakukan dapat berupa rapat internal dan analisis rating pendengar setelah langkah komunikasi dilakukan.

Ditemukan humas dibantu oleh iklan gratis bahwa dengan adanya isu Syi'ah ini Radio Silaturahmi semakin berkembang. Pihak Radio Silaturahmi gencar akan mensosialisasikan program-program Radio Silaturahmi kepada para pendengar dan stakeholder. Pendengar Radio Silaturahmi juga semakin bertambah. Seluruh langkah penyebaran informasi yang dilakukan berjalan dengan cukup efektif. Dalam menghadapi masalah yang ada pihak Radio Silaturahmi justru tidak menjadi down, bahkan pihak Radio Silaturahmi dapat memanfaatkan suatu permasalahan menjadi hal yang menguntungkan bagi perusahaan.

### **C. Reputasi Radio Silaturahmi**

Radio Silaturahmi sebagai radio dakwah yang membutuhkan kepercayaan publik harus memiliki citra dan reputasi yang baik. Hal ini dikarenakan Radio Silaturahmi sebagai radio dakwah yang hadir dengan membawa motto “Untuk Umat Yang Satu”. Di mana Radio Silaturahmi hadir dengan tujuan untuk menyatukan umat ditengah perbedaan yang ada. Radio Silaturahmi (Rasil) didirikan dengan tujuan betul-betul untuk menegakkan kalimat Allah, keadilan, memperjuangkan kebenaran dan menyambung tali persaudaraan di antara kita.

Gambaran reputasi Radio Silaturahmi menurut informan 1 merupakan gambaran yang ada di media. Namun, ia menganggap isi penggambaran Radio Silaturahmi yang ada di media ini tidak selamanya benar. Ia merasa pemberitaan yang muncul dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu waktu, framing media, serta kurangnya pengetahuan mendalam akan pengetahuan agama Islam terutama pada Syi'ah itu sendiri sehingga media tidak memberikan mengenai Radio Silaturahmi secara runtut dan utuh. Penggambaran yang tidak secara keseluruhan inilah yang menjadikan pemberitaan dengan perspektif yang negatif mengenai Radio Silaturahmi.

Dalam kasus Radio Silaturahmi ini, berdasarkan konsep ini reputasi Radio Silaturahmi sudah kembali membaik. Hal ini dapat dibuktikan dengan anggapan para stakeholder Radio Silaturahmi yang menilai bahwa citra dan reputasi saat ini sudah dapat dikatakan membaik. Anggapan ini muncul dari berbagai kalangan, mulai dari karyawan, para da'i, dan para pendengar. Hal ini tentu berkat peran dan usaha dari pihak humas atau public relations Radio Silaturahmi, yang senantiasa memperhatikan segala hal yang terjadi pada Radio Silaturahmi dan cara menanganinya.

## 2. Discussion

Perencanaan tertuju kepada publik internal dan eksternal, publik internal melakukan penguatan diri terhadap humas, pemasaran, dan tim produksi. Sedangkan kepada publik eksternal rajin menyebarkan identitas Radio Rasil. Brand terdiri dari informasi logo, visi dan misi radio dalam dan televisi Rasil. Reputasi adalah bukti komentar khalayak kepada *old* dan *new* media. Sedangkan citra merupakan pengetahuan khalayak terhadap media apakah dari teman, saudara, ibu atau nenek. Berdasarkan observasi kepada kelas mahasiswa, siapa yang mendengar radio dakwah? Hanya 1-3 mahasiswa. Mereka tahu terutama dari keluarga, yaitu ibu atau neneknya yang mendengar Radio Silaturahmi. (Observasi kepada mahasiswa KPI, 2020).

Reputasi menurut Paul Arsentti adalah bagian dari identitas media. Humas melakukan komunikasi internal dan eksternal dalam menanggulangi reputasi radio. Perpaduan ini disebut *Corporate Communication*. Andre Harjana mengatakan dulu ditangani oleh satu persatu. Namun sekarang diterapkan perpaduan dan integrasi antara Humas, periklanan, promosi penjualan, sponsorship, dan *e-communication* bersama. (Andre Harjana,2012,20-34).

## Kesimpulan

Pendengar setia radio Rasil 720 AM membuktikan program radio dakwah inklusif. Public relation Radio Silaturahmi melakukan tahapan dalam penyebaran informasi. Pertama adalah melakukan perencanaan. Perencanaan yang dilakukan oleh praktisi public relation dalam menjaga reputasi mengadakan rapat. Di dalam rapat rutin yang dilakukan ini, pihak Radio Silaturahmi mengumpulkan beberapa data sebagai acuan dasar mereka. Kedua, praktisi humas melakukan perencanaan menolak isu Syi'ah dengan mengeluarkan pernyataan penolakan melalui tayangan youtube dan juga penyampaian penolakan isu pada setiap program-program Radio Silaturahmi. Penolakan isu ini juga dilakukan dengan pembuktian pada program-program Radio Silaturahmi yang tidak mengarah pada paham Syi'ah. Radio Silaturahmi juga selalu menghadirkan berbagai narasumber dari berbagai kalangan dan golongan. Perencanaan selanjutnya adalah mempublikasikan dan mensosialisasikan program-program Radio Silaturahmi.

Kedua, pelaksanaan. Pada pelaksanaannya, Radio Silaturahmi (Rasil)di Cibubur melakukan komunikasi untuk menyebarluaskan program atau rencana perusahaan yang telah ditetapkan pada tahap sebelumnya. Dalam penyebaran informasi serta program-programnya humas Radio Silaturahmi menggunakan media dan non media. Radio Silaturahmi telah berhasil dalam mengkomunikasikan apa yang terjadi sebenarnya pada Radio Silaturahmi. Dan telah berhasil memberikan pengetahuan kepada para pendengar, sehingga paham akan motto Radio Silaturahmi (Rasil) "*Untuk Islam Yang Satu*" yakni *menjadi media pemersatu ditengah perbedaan yang ada*. Praktisi humas atau public relation Radio Silaturahmi juga menjalin kerja sama dengan pihak lain (lembaga dakwah, lembaga swasta, lembaga kemanusiaan, pemerintah). Dengan berbagai kerjasama yang dilakukan,

Radio Silaturahmi telah berusaha untuk menjalin hubungan yang baik dengan berbagai stakeholder. Hal ini yang akan menjadi faktor pendukung humas Radio Silaturahmi dalam menjaga citra dan reputasi perusahaan.

Langkah ke tiga yang dilakukan adalah penilaian serta evaluasi terhadap persiapan, pelaksanaan dan hasil-hasil program. Apakah program yang telah berjalan efektif dan dapat dilanjutkan atau bahkan dapat dihentikan dan digantikan dengan yang lain. Evaluasi yang dilakukan dapat berupa rapat internal dan analisis rating pendengar setelah langkah komunikasi dilakukan. Dalam menghadapi masalah yang ada pihak Radio Silaturahmi justru tidak menjadi down, bahkan pihak Radio Silaturahmi dapat memanfaatkan suatu permasalahan menjadi hal yang menguntungkan bagi perusahaan. Semua itu terangkum dalam kegiatan Praktisi public relation Radio Silaturahmi yang telah melakukan langkah-langkah yang tepat dalam menghadapi masalah serta dalam menjaga reputasinya sebagai radio dakwah. Reputasi Radio Silaturahmi saat ini sudah dikatakan membaik. Hal ini bisa dilihat dari respons para pendengar yang terus setia mendukung program-program Radio Silaturahmi.

## Daftar Pustaka

- Adawiyah, *Pengembangan Dakwah Konteporer melalui Media Penyiaran*, Jurnal Pendidikan Tambusai, (vol.8, No. 1,2024, 4837-4843)
- Adre Harjana, *Intergrated Communication:Marketing Communication in Interactive Age*, Junal Interact Vol 1,No.1
- Armawati Arbi, 2021,h.167).*Produksi Program Siaran Radio.Bekasi,Indonesia: Gramata Publishing,*
- Armawati Arbi,*Religious Guiding and Counseling for Listener of Dangdut Radio in Jakarta Indonesia*, Vol.10 No.1 juni 2019, 73-74) dalam Jurnal Konseling Religi IAIN Kudus.
- Cindi Wulandari dan Fardika Yusuf, *Perkembangan dan Peran Radio Berbasis Dakwah Islam di Indonesia*, Jurnal Pendidikan dan Konseling UIN Sumatra Utara. (Vol.4 No.6 (2022)).

- Dhamayanti, M. (2020). Pemanfaatan media radio di era digital. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2), 82-89.
- Dian Apriyanti, *Karakteristik Program Siaran Radio dalam Penyampaian Pesan Dakwah*, Vol.2.No.1, Januari, 2024, Bil Hikmah Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- Kharisma Yosiyana, *Memahami Pesan Dakwah dalam Siaran Radio dan Televisi*, Vol.2.No.1, 2023 dalam *Khidmatussifa Jurnal of Islamic Studies*.
- Muhammad Siddiq, *Eksistensi Radio sebagai Pengembangan Dakwah*, Vol.2 no.3, 2022, h. 791-795) dalam *Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Nur Baeti, Armawati Arbi, *Radio Komersil Dakta 107 FM Bertahan melalui Startegi Dakwah*, Vol. 1 No.1 2021
- Umul Faidah dan Uswatu Sholihah. *Radio Publik Suara Banjarnegara: Karakter Program Siaran Keagamaan*, Vol.1, No.2, 2021 pada *Jurnal Interaksi Peradaban prodi KPI FIDKOM UIN Jakarta*