



Istirātījiyyatu Idzā'ati Salam FM Sukabumi Fī Nasyri Al-Da'wah Al-Islāmiyyah

استراتيجية إذاعة Salam FM سوكابومي في نشر الدعوة الإسلامية

Ande Ryan*, Tatang Hidayat

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

*anderyan20@gmail.com

tatanghidayat@arraayah.ac.id

ملخص البحث

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد الإستراتيجية التي تستخدمها إذاعة Salam FM سوكابومي في نشر الدعوة الإسلامية في مدينة سوكابومي والمنطقة المحيطة بها. تستخدم هذه الدراسة أسلوب البحث الوصفي النوعي الميداني، باستخدام العديد من تقنيات تحليل البيانات في شكل الملاحظة والمقابلات والتوثيق. انخفض استخدام الإذاعة في المجتمع بشكل كبير مع تطوّر التكنولوجيا في العصر الحديث. يفضّل الناس الوسائط المرئية مثل التلفزيون كمصدر للحصول على المعلومات. وإلى جانب وجود الإنترنت، انخفض استخدام الإذاعة من وقت لآخر. تستخدم إستراتيجية إذاعة Salam FM سوكابومي ثلاثة مبادئ دعوية، وهي التبليغ والتعليم والتطبيق. في سياق تبليغ الدعوة، تستخدم إذاعة Salam FM وسائل الإعلام المختلفة عبر الإنترنت مثل بث راديو عبر الإنترنت، فيسبوك، وإنستجرام لتوصيل المواد الدعوية إلى الأشخاص الذين قد لا يستمعون إلى الإذاعة. كما تواصل إذاعة Salam FM سعيها لرعاية الناس من خلال ممارسة مبادئ التعليم والتطبيق في دعوتهم.

الكلمات الرئيسية: الدعوة، الاستراتيجية، الإذاعة.

Abstract

This study aims to determine the strategy used by Radio Salam FM Sukabumi in spreading Islamic da'wah in Sukabumi city and its surroundings. This study uses a qualitative descriptive research method, using several data analysis techniques in the form of observation, interviews and documentation. The use of radio in the community has decreased significantly along with the development of technology in the modern era. People prefer visual media such as television as a source of information. Coupled with the presence of the internet, the use of radio has decreased from time to time. The strategy of Salam FM Radio Sukabumi uses three da'wah principles, namely

Tabligh, Ta'lim, and Tathbiq. In the context of Tabligh da'wah, Salam FM Radio utilizes various online media such as radio streaming, Facebook, and Instagram to deliver da'wah material to people who may not listen to the radio. Salam FM radio also continues to strive to foster people by practicing the principles of Ta'lim and Tathbiq in their da'wah.

Keywords: *Da'wah; Communication ; Radio ; Strategy; Sukabumi*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan Radio Salam FM Sukabumi dalam menyebarkan dakwah Islam di kota Sukabumi dan sekitarnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif lapangan, menggunakan beberapa teknik analisis data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Penggunaan radio di kalangan masyarakat mengalami penurunan signifikan seiring berkembangnya teknologi di era modern. Masyarakat lebih memilih media visual seperti televisi sebagai sumber untuk memperoleh informasi. Di tambah dengan hadirnya internet, membuat pemanfaatan radio semakin menurun dari waktu ke waktu. Strategi Radio Salam FM Sukabumi menggunakan tiga prinsip dakwah, yaitu *Tabligh, Ta'lim, dan Tathbiq*. Dalam rangka *Tabligh* dakwah, Radio Salam FM memanfaatkan berbagai media *online* seperti *streaming radio*, Facebook, dan Instagram untuk menyapaikan materi dakwah kepada masyarakat yang mungkin tidak mendengarkan radio. Radio Salam FM juga terus berupaya membina umat dengan mengamalkan prinsip *Ta'lim* dan *Tathbiq* dalam dakwahnya.

Kata kunci: *Dakwah; Komunikasi ; Radio ; Sukabumi ; Strategi*

المقدمة

إن الدعوة إلى الله تعالى أمر عظيم الذي وجبت على كل مسلم القيام بها. وبني هذا الدين القيم على هذه الدعوة لتحقيق أسس التبليغ لرسالة النبي المصطفى -صلى الله عليه وسلم- في امتثال للأمر الرباني الذي خاطب به النبي -صلى الله عليه وسلم- ليعممه على كافة الناس. وقد بدأت الرسالة الدعوية منذ بعثة محمد -صلى الله عليه وسلم-، حيث جاءه الوحي وبدأ بالدعوة السرية، فدعا رسول الله -صلى الله عليه وسلم- الأقرب فالأقرب من حوله حتى جاءت مرحلة الدعوة الجهرية، حيث نشر الدعوة الإسلامية بين الناس وتعليم المسلمين أمور دينهم والعمل على تربيتهم على هدي الإسلام، ومواجهة الأعداء، وتطبيق الأحكام الشرعية على جميع المستويات سواء كان فردية أم جماعية، وتخطيط لتوسيع الدعوة، فنشر رسالة الإسلام عن طريق إرسال الرسائل والبعثات إلى الملوك حول المناطق (Yūsuf، ١٩٨٦). فقد استمرت حركة الدعوة الإسلامية حتى توسعت دائرة الإسلام وامتدت الدولة الإسلامية امتدادا كبيرا. ونشطت هذه الحركة مع الحفاظ على وحدة المسلمين روحية وثقافية التي كانت سبباً لبقوة نشر دعوة الإسلام الحنيف.

فالإعلام في العصر القديم كان من خلال الأفعال والأقوال التي يتم تحقيقها في الأسواق والزيارات الميدانية وحضور الدروس والمساجد، وأما في العصر الحديث فقد تطورت وسائل الإعلام التي استطاعت إيصال الأصوات

والدعوات عبر القارات والمحيطات، وانتشر الإسلام مع تطوّر وسائل الإعلام وتقدّم تكنولوجيا انتشارا واسعا. فقد ظهرت وسائل الإعلام تتميّز في إيصال المعلومات والأخبار والرسائل الدعوية بين المجتمع بشكل سريع. ومن ضمن هذه الوسائل هي الإذاعة. لكن مع الأسف تضاعف دور الإذاعة كوسيلة رئيسة في نشر المعلومات مع تطوّر وسائل الإعلام. وبدأ استخدام إذاعة في انخفاض بين المجتمع. أدى التقدم السريع في التكنولوجيا والمعلومات إلى تغيير أنماط حياة الناس في الحصول على الأخبار والترفيه. وظهرت وسائل الإعلام عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية إلى القضاء على الاهتمام المجتمع بوسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والمجلات والصحف الشعبية وكذلك الإذاعة. وبناءً على نتائج مسح للمؤشرات الاجتماعية والثقافية للجهاز المركزي للإحصاء (Badan Pusat Statistik)، بلغ عدد الأشخاص الذين تبلغ أعمارهم عشر سنوات فأكثر الذين استمعوا إلى الراديو في الأسبوع 13,31% فقط في عام ٢٠١٨. وقد انخفض هذا الرقم كثيراً من 50,29% في عام ٢٠٠٣ (Kusnandar, 2019). فالناس بدأ في ترك إذاعة والتحول إلى الأجهزة القائمة على الإنترنت حسب الطلب.

فالدعوة نشاط يتخصص على وجه التحديد في جهود إيصال الرسائل الإسلامية. وكما أن موضوع الدعوة مهم للدعاة خاصة وللمسلمين عامة، فمن الحاجة استفادة وسائل الإعلام لنشر الرسالة الدعوية في العصر الحديث، وكذلك من الحاجة معرفة استراتيجيات الدعوة عبر الإذاعة. ومع تطور تكنولوجيا المعلومات، يحتاج الدعاة إلى تكييف وتطوير طرق الدعوة بما يتناسب مع خصائص وسائل الإعلام اليوم. وقد قامت إذاعة Salam FM سوكابومي في نشر الرسالة الدعوية بين المجتمع وتستفيد من كونه مركزا للعلم والتعليم. وهناك عدة استراتيجيات مع خصائصها تستخدمها هذه الإذاعة لتكون هذه الدعوة مقبولة لدى المستمعين. وتهدف هذا البحث إلى عرض الاستراتيجية التي تستخدمها إذاعة Salam FM سوكابومي لتحسين وظيفة الإذاعة كوسيلة للاتصال الجماهيري في نشر الدعوة الإسلامية.

منهج البحث

المنهج المستخدم الذي اعتمد به الباحث في هذا البحث هو المنهج الوصفي النوعي، أي إجراءات البحث التي تنتج بيانات وصفية في شكل كلمات مكتوبة وسلوك يمكن ملاحظته (Moleong, ٢٠٠٥). وهو أحد المناهج التي ينبعها الباحثون في المجالات العلمية. يجب وضع النقطتين (:). بعد مسملي إن البحث النوعي أو المنهج

النوعي هو منهجية البحث في العلوم التي تركز على وصف الظواهر والسلوكيات الانسانية أو الاجتماعية والفهم الأعمق لها، وهذا المنهج يختلف عن المنهج الكمي الذي يركز عادة على التجريب و النتيجة و يعتمد على النتائج الرقمية أو الكمية (Hasan، ٢٠٢٢). وهو عبارة عن طريقة منهجية مرتبة يقوم فيها الباحث بدراسة موضوع ببيئته الطبيعية، ويدعمه في ذلك القيام بجمع الكم الذي يراه مناسبًا من البيانات والمعلومات؛ ثم توضيح العلاقة بين متغيرات البحث في صورة أسئلة أو فروض، وبعد ذلك استخدام أدوات التحليل الإحصائية التي تناسب طبيعة بيانات البحث. تمثل مصادر البيانات أدوات مهمة لجمع البيانات والمعلومات التي يحتاج إليها الباحث. فالمصادر البيانات المعتمدة في جمع المعلومات في هذا الباحث هي المصادر الأولية التي تم حصول عليها من مصدر البيانات الأول في الميدان، من خلال المقابلات والملاحظات والتوثيق، والمصادر الثانوية التي تحتوي على معلومات منقولة عن المصادر الأولية وهي أقل دقة من المعلومات في المصادر الأولية. وتم الحصول على المعلومات من خلال قراءة المقالات العلمية ومواقع الانترنت. وأما طرق جمع البيانات المطلوبة في هذا البحث هي الدراسة المكتبية، والمقابلات الشخصية، والملاحظة وأسلوب التوثيق.

نتائج البحث

أ. تعريف الاستراتيجية

ظهرت عدة تعريفات لاستراتيجيات نظرا لتنوع المدارس الفكرية، حيث عرفها تشاندلر بأنها تحديد الأهداف والأغراض الرئيسية طويلة الأجل للمنظمة، وإعداد عدد من البدائل المتاحة وتخصيص الموارد اللازمة لتنفيذ تلك الأهداف (Chandler، ١٩٩٠). وتعريف عند بورتر أن الاستراتيجية هي عملية تكوين وضع متميز ومنفرد للمنظمة، ذي قيمة لعملائها من خلال تصميم مجموعة أنشطة مختلفة عما يؤديه المنافسون (Porter، ١٩٩٨). وتعريف الإستراتيجية عند ستيفاني كما اقتبسه سيسرا بوديو بأنها عملية تحديد خطة كبار القادة التي تركز على الأهداف طويلة المدى للمنظمة، مصحوبة بإعداد طريقة أو جهد لتحقيق هذه الأهداف (Budio، ٢٠١٩). وبهذا استنبط الباحث أن الاستراتيجية المستخدم في هذا البحث هي استراتيجية الدعوة وهي عملية تحديد الخطة لتحقيق هدف أو التغلب على مشكلة في الدعوة.

ب. تعريف الإذاعة

أطلقت الإذاعة في اللغة على المكان الذي ينشر الأخبار بواسطة الجهاز اللاسلكي، وأذاع - يذيع وإذاعة الخبر: أي نشره، ويُقال محطة إذاعة وإذاعية أي بمعنى مكان البث، والأصل اللغوي لإذاعة وهي "إشاعة" بمعنى النشر العام (Syarof, 1989). والإذاعة في الاصطلاح هي وسيلة اتصال صوتي تتم عبر موجات الراديو، بحيث تقوم محطات البث الفردية بنقل الأخبار، الموسيقى وأنواع مختلفة من البرامج إلى المستمعين المجهّزين بأجهزة الراديو التي تقوم باستقبال البث (Ubādah, 2021). كما يعرفها محمد منير حجاب بأنها أوسع وسائل الاتصال انتشاراً وأكثرها شعبية، وجمهور عام بجميع مستوياته، فتستطيع الوصول إليه مخترقة حواجز الأمية (Hijāb, 2004).

والبرامج الإذاعية ليست في الواقع أنواع كثيرة جداً. بشكل عام، تتكون البرامج الإذاعية من نوعين، وهما الموسيقى والإعلام. وأما الإذاعة الإسلامية تفضل بث تلاوة القرآن بدلا من الموسيقى. ويتم بعد ذلك حزم هذين النوعين في أشكال مختلفة والتي يجب أن تكون في جوهرها قادرة على تلبية احتياجات الجمهور من حيث الموسيقى والمعلومات وتلاوة القرآن.

ب.أ. نشأة الإذاعة

في عام 1886، أثبتت أبحاث وتجارب العالم الألماني هينرش هرتز صحة نظرية ماكسويل. وهو عالم الطبيعة الألماني كان أول من قام بأبحاث الراديو، وأول من أجرى تجارب على الموجة القصيرة، حيث تحقّق من أنّ التيار الكهربائي المتغير يحدث موجات يمكن نقلها عبر الفضاء دون استخدام أسلاك، وبسرعة الضوء، وذلك عام 1888 (Al-Halawānī, 1982). ثم تطورت الإذاعة كإعلام جماهيري في العديد من البلدان. بدأت في الولايات المتحدة الأمريكية مع تطوير اختراع ماركوني من قبل د. لي دي فورست (Dr. Lee De Forest) عام 1906م، ولهذا أطلق عليه لقب "أبو الإذاعة".

أخذ دور الإذاعة مقاما كبيرا في العالم. فكان عصر الإذاعة قد بدأ بالفعل قبل شهرة التلفزيون الذي ظهر عام 1962م، لأول مرة في عام 1920م بدأ الراديو تطير في الهواء في الولايات المتحدة. بينما بدأ تاريخ خط الراديو

في إندونيسيا بعد خمس سنوات من نشأتها في الولايات المتحدة، يعني في التاريخ ١٦ يوليو ١٩٢٥ على وجه الدقة. ١٩٢٥ بتأسيس (BRV) Radio Batavia Vereniging في جاكرتا (Pranata، ٢٠٢١).

ومنذ وجود BRV ، ظهرت وكالات البث الإذاعي المحطات الإذاعية الأخرى ، كـ Nederlandsch Indiesche Radio Omroep Masschapyj (NIROM) في جاكرتا، وباندونغ، وميدان، ثم Solossche Radio Vereniging (SRV) في المدينة سولو، ثم Mataramse Verniging Voor Radio Omroep (MAVRO) في يوجياكارتا، ثم Verniging Oosterse Radio Luisteraashs (VORL) في باندونغ ، ثم Chinese en Inheemse Vereniging Voor Oosterse Radio Omroep (VORO) في سوراكارتا، ثم Eerste Madiunse Radio Luisteraars Vereniging Oost Java (CIRVO) في سورابايا ، ثم Omroep (EMRO) في ماديون ثم Radio Semarang في وسيمارانغ (Djamel، ٢٠١١).

من بين العديد من وكالات البث الإذاعي، كانت NIROM هي الأكبر والأكثر شمولاً، لأنها تلقت الدعم الكامل من حكومة الهند الشرقية الهولندية. وكانت هذه الإذاعة مملوكة من قبل حكومة الهند الشرقية الهولندية التي غيرت اسمها الآن إلى راديو ريبوبليك إندونيسيا (RRI). ويرجع التطور السريع لـ NIROM أيضاً إلى فوائدها المالية الكبيرة ، وبالتحديد من ضريبة الراديو. كلما زاد عدد أجهزة الراديو بين الجمهور ، زادت الأموال التي ستحصل عليها NIROM. وبالتالي، يمكن لـ NIROM زيادة قدرتها على الإرسال ، وتوفير محطات الترحيل ، وإنشاء خطوط هاتفية خاصة في المدن الكبرى الأخرى. وهذه الإذاعة الحكومية تختلف كثيراً عن وكالات البث الإذاعي الأخرى كالإذاعة المحلية، لا سيما تلك الإذاعة التي يديرها السكان الأصليون، الذين تعتمد سبل عيشهم على تبرعات أعضائها (Junaedi، ٢٠١٣).

تميز تطور الراديو في إندونيسيا بظهور الإذاعات المحلية، لذلك في عام ١٩٧٤. وأنشأت الإذاعات المحلية جمعية تسمى رابطة الإذاعات التجارية المحلية الإندونيسية Persatuan Radio Siaran Swasta Niaga Indonesia (PRSSNI). وتماشياً مع متطلبات البقاء على قيد الحياة، يجب أن تكون الإذاعة المحلية والتجارية أكثر إبداعاً في إنتاج البرامج الإذاعية. وإذاعة تجارية تعيش على الإعلانات والدعايات، فإن فقدان المشتركين والمستمعين يمثل مشكلة ليس من السهل التغلب عليها (Munthe، ٢٠١٨).

كما هو الحال مع وسائل الإعلام الأخرى، للإذاعة وظيفة بشكل أساسي. كما ذكر أفندي (Efendy)،

(١٩٩٣) أن البث الإذاعي له ٤ وظائف على النحو التالي:

١. وظيفة المعلومات

٢. الوظيفة التربوية

٣. وظيفة الترفيه

٤. وسائل الدعاية

ت. تعريف الدعوة

الدعوة في اللغة هي الطلب، يقال: دعا بالشيء أي طلب إحضاره. ودعا إلى شيء بمعنى حثه على قصده.

ويقال: ودعا إلى الدين، ودعا إلى المذهب أي دعاه إلى اعتقاده وساقه إليه (Dhoyif، ٢٠١١).

تعريف كلمة الدعوة في اللغة عند لسان العرب أنها مصدر دعا، دعا إلى الأمر، أي حث على اعتقاده،

ونادى به. والدعوة مختصة بادعاء النسبة، وأصلها للحالة التي عليها الإنسان نحو: القعدة والجلسة. الدعاء للشيء

والحث عليه (Ibnu Mandzūr، ١٩٩٨). قال تعالى: ﴿والله يدعو إلى دار السلام ويهدي من يشاء إلى صراط

مستقيم﴾.

وأما الدعوة في الاصطلاح لقد عرّفها شيخ الإسلام ابن تيمية بأن الدعوة إلى الله هي الدعوة إلى الإيمان

به، وبما جاءت به رسله، بتصديقهم فيما أخبروا به وطاعتهم فيما أمروا (Ibnu Taimiyah، ١٩٩٥). وقال

البيانوني نقلاً عن أبو محمد الخضر حسين بأن الدعوة هي حثّ الناس على الخير والهدى، والأمر بالمعروف والنهي

عن المنكر، ليفوزوا بسعادة العاجل والآجل (Al-Bayānūnī، ١٩٩٥).

ووجوب تبليغ الدعوة بمعنى أنه يجب على كل أمة أن يكون منها جماعة بقدر الحاجة تقوم بالتفقه في أمر

الدين، وأن يكون المقصود منه دعوة الخلق إلى الخلق، وإرشاد الناس إلى الدين القويم والصراط المستقيم (Mahūdiz،

١٩٧٩).

ث. إذاعة Salam FM سوكابومي

هي الإذاعة التي برمجتها مليئة بالدعوة الإسلامية والعلوم الإسلامية. وركزت هذه الإذاعة على إيصال دعوة الإسلام لإنقاذ الأمة من الضلال المبين وتنير المجتمع بنور الإسلام. ونشأت إذاعة Salam FM في منطقة سوكابومي منذ منتصف عام ٢٠١٤م موافق بشهر رمضان ١٤٣٥هـ، من أجل تلبية احتياجات المجتمع إلى الدعوة الإسلامية والعلوم الإسلامية الشاملة وفقاً لفهم الرسول محمد -صلى الله عليه وسلم- وأصحابه رضوان الله -تعالى- عنهم، ووجود هذه الإذاعة تبرز اهتمامها بحالة المجتمع في هذا البلد.

إن هذه الإذاعة تحاول دائماً تقديم المعلومات والدراسات الإسلامية التي يتم الحصول عليها من الأدلة الصحيحة، وتحاول تثقيف الأمة وتفهمهم أمر دينهم، وتقديم الخدمات التعليمية للمجتمع الأوسع حتى تكون حياة الناس على الصراط المستقيم والأخلاق الحميدة وتكون آمنة من كل فتنة وسالمة في الدنيا والآخرة، وأما الدعم المالي لهذه الإذاعة فيأتي من المتبرعين بشكل عام، وهم المستمعون المخلصون لإذاعة Salam FM نفسها يسمى مجموعة SALIM.

ج. استراتيجية إذاعة Salam FM سوكابومي في نشر الدعوة الإسلامية

بناء على ما تقدم من تعريف الدعوة الإسلامية عند البيانوني بأنه تبليغ الإسلام للناس، وتعليمه إياهم، وتطبيقه في واقع الحياة (Al-Bayānūnī، ١٩٩٥)، أثبت الباحث أهم نتائج البحث من الاستراتيجية المطبقة في إذاعة Salam FM لنشر الدعوة الإسلامية في مدينة سوكابومي والمنطقة المحيطة بها، وهي إستراتيجية الدعوة باستخدام أسلوب موافق مع هذا التعريف وهي ثلاثة: إستراتيجية في تبليغ الدعوة، إستراتيجية في تعليم الدعوة، وإستراتيجية في تطبيق الدعوة. وسيعرضها الباحث كل هذه الاستراتيجية.

ج.أ. الاستراتيجية في تبليغ الدعوة

في بداية نشأتها، قامت هذه الإذاعة بتخليط برمجتها البث الإذاعي ببرامج لإذاعة قديمة تسمى بإذاعة C Radio. وكانت هذه الإذاعة خاصة لنشر الموسيقى المحلية، وهذه الاستراتيجية مريحة لإذاعة Salam FM سوكابومي، لأنها يمكن أن تقدم مستمعين جدد مواد دعوية وتجذب انتباههم في الاستماع إلى هذه الإذاعة التي

تنشر رسالة الدعوة، وهم في الواقع مستمعون لـ C Radio. وعندما يكون معظم مستمعي C Radio من مستمعي موسيقى، فإنهم سيستمعون إلى مسيرات مواد دعوية ودراسات إسلامية وتلاوة القرآن في يوم واحد.

ثم بعد تحاول جذب انتباههم في الاستماع إلى هذه الإذاعة، استخدمت هذه الإذاعة وسائل الإعلام المتنوعة موافق لقول يعقوب حمزة أن صفة الإعلام الدعوي لها خمسة أنواع: شفوية، ومكتوبة، ومسموعة، ومرئية، وأخلاقية (Hamzah، 1992). وهذا موافق أيضا لقول أمين أن وسائل الإعلام الدعوية التي تستخدم في نقل مادة الدعوة إلى مدعو، ويمكن أن تستخدم وسائل الإعلام الحديثة في العصر الحديث. ومن هذه وسائل الإعلام: الوسائط المرئية، والوسائط الصوتية، والوسائط المرئية والمسموعة، والوسائط المطبوعة (Amin، 2009).

ولذلك، استخدمت هذه الإذاعة كل أنواع وسائل الإعلام على رغم أنها من وسائل الإعلام المسموعة، وذلك لأنها تحوّل تدفق المستمعين الذين لا يستمعون إلى الراديو إلى منصات أخرى، مثل:

١. الوسائط المكتوبة: اللافتات والملصقات الدعوية، والمقالات.

٢. الوسائط المسموعة: البث الإذاعي عبر الانترنت، وتطبيقات الهواتف الذكية.

٣. الوسائط المرئية والمسموعة: يوتيوب، فيسبوك، إنستجرام.

٤. الوسائط الأخلاقية: نشر الدعوة من خلال مجموعة Salim.

ج.ب. الاستراتيجية في تعليم الدعوة

من أجل إقامة تعليم الدعوة في المجتمع، قامت هذه الإذاعة ببناء المسجد يسمى بمسجد بيت السلام. وهذا المسجد يتميز في كونه منبعاً للعلوم والتعليم وتربية المجتمع، وقامت هذه الإذاعة بتعليم المجتمع أمور الدين، حيث أنها أنشأت البرامج التعليمية وقدمت الأساتذة المحاضرات والتعليمات والتدريس في مسجد بيت السلام. ومن أبرز البرامج الدعوية التي تقام في هذا المسجد واستفاد كثير من المجتمع حول المنطقة، تشمل مما يلي:

١. دراسة كتاب الكبائر للإمام الذهبي في الأسبوع الأول.

٢. المحاضرة ودراسة الإسلام في الأسبوع الثالث.

٣. تحسين وتلاوة القرآن الكريم للمجتمع كل يوم الأحد.

٤. دورة تعليمية الطب النبوي ودورة مهارة الكلام في الأسبوع الثاني.

٥. توزيع الأرز للمحتاجين كل ثلاثة أشهر.

٦. تعليم القرآن للأطفال ما يسمى بـ Taman Quran Salam FM.

وكل هذه البرامج الدعوية موافق لأهداف الدعوة، بحيث أن هناك صلة وثيقة بين التعليم والدعوة من حيث أن هدف الداعية من الدعوة عادة هو تغيير سلوك الناس.

ج.ت. الاستراتيجية في تطبيق الدعوة

إن من استراتيجية في تطبيق الدعوة هي إنشاء مجموعة Salim لتطبيق الدعوة في الميدان. وهذه المجموعة تعمل في تبليغ المعلومات التي قد بلغتها هذه الإذاعة لسامعيها على وجه خاص والمجتمع على وجه عام، وتؤدي رسالتها الدعوية في المجالات الاجتماعية والإنسانية والدعوية، وتظهر هذه الرسالة الدعوية من خلال برامجها الرائعة التي تتعاون مع إذاعة Salam FM في إقامتها مثل البرنامج (Sedekah Nasi Ummat) HIT، وهو برنامج لتوزيع الأطعمة إلى المحتاجين في مدينة سوكابومي والمنطقة المحيطة بها. وكذلك في برنامج SaFa (Sapa Du'afaa)، وهو برنامج يستهدف لمساعدة المساكين والمحتاجين في مدينة سوكابومي والمنطقة المحيطة بها.

وقد تعطلت عن العمل لمدة سنة منذ نشأتها، وهو بسبب تفرق أعضائها إلى أماكن شتى. ومع ذلك في منتصف عام ٢٠٢٠م، على وجه الدقة في شهر يوليو، بسبب التشجيع و التحميس من الأستاذ أوغون غونانشاه، بدأت مجموعة Salim في العمل مرة أخرى مع الإداريين والأعضاء الجدد إلى اليوم.

وأما الهدف الأساسي في إنشا هذه المجموعة هو التالي:

١. تبليغ الرسائل الدعوية

٢. تعريف إذاعة Salam FM سوكابومي إلى المجتمع

٣. مساعدة إذاعة Salam FM سوكابومي في برامج الدعوة الميدانية

قد قدمت هذه الإذاعة كل هذه الاستراتيجيات جيدة التنظيم حيث إننا قد حاولت تنفيذ الرؤية والرسالة من بداية تأسيسها، ونجحت هذه الإذاعة في جذب الجمهور للمساهمة في الدعوة الإسلامية والاستماع إلى هذه الإذاعة.

خلاصة البحث

بناء على ما تقدم عرضه من خلال البيانات التي حللها الباحث، وصل إلى أهم النتائج التالية: أن استراتيجية إذاعة Salam FM سوكابومي لها ثلاث مراحل: أولاً هي استراتيجية في تبليغ الدعوة. ومن صورها الواقعة مثل تخطيط البث الإذاعي لها بالبث الإذاعي لـ C Radio في بداية تأسيسه، واستخدام الوسائل المتنوعة التي تحتوي على الوسائط المكتوبية كالافتات والملصقات الدعوية و المقالات، والمسموعة مثل البث الإذاعي عبر الانترنت وتطبيقات الهواتف الذكية، والمرئية مثل يوتيوب وفيسبوك وإنستجرام، والأخلاقية التي تمت إقامتها من خلال مجموعة Salim. ثانياً هي استراتيجية في تعليم الدعوة. وحاولت هذه الإذاعة تنفيذ هذه الاستراتيجية من خلال بناء مسجد بيت السلام التي تمت إقامة البرامج الدعوية من التربية والتعاليم، مثل دورة تعليمية والمحاضرة العلمية وتعليم القرآن للأطفال. ثالثاً هي استراتيجية في تطبيق الدعوة. وقامت هذه الإذاعة بتطبيق الدعوة لتبليغ شريعة الإسلام وتعليمه للناس من خلال نقل الرسائل الدعوية من إذاعة Salam FM، وتعريفها إلى المجتمع، ومساعدتها في البرامج المدانية التي قامت بها مجموعة Salim.

المراجع

- A. D Chandler. (١٩٩٠). *Strategy and Structure: Chapters in The History of The Industrial. MIT press.*
- 'Abdu Al-'Azīz Syarof. (١٩٨٩). *Al-Madkhol Ilā Wasā'ili Al-I'lām Wa Al-Ittishōl*. Kairo: Dāru Al-Kitābi Al-Mishri.
- Ahmad Munīr Hijāb. (٢٠٠٤). *Al-I'lām Al-Islāmiy*. Kairo: Dāru Al-Fajri Li Al-Nasyri Wa Al-Tauzi.'
- Alī Hasan. ٢٨ Maret, 2022. (*Al-Bahtsu Al-Nau'i Fī Al-Ulūmi Alijtimā'iyah*). تم الاسترداد من Ta'lim Jadīd: <https://www.new-educ.com/>

'Alī Mahūd. (١٩٧٩). *Hidāyatu Al-Mursyidīn Ilā Thuruqī Al-Wa'dzhi Wa Al-Khithōbati*. Kairo: Dāru Al-I'tishōm.

Fajar Junaedi. (٢٠١٣). *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Galih Pranata. ١٠ September, 2021. (*Peran Serta Radio dalam Perkembangan Teknologi dan Informasi Indonesia*). من الاسترداد تم nationalgeographic: <https://nationalgeographic.grid.id/read/132872860/peran-serta-radio-dalam-perkembangan-teknologi-dan-informasi-indonesia?page=all>

Hidajanto Djamal. (٢٠١١). *Dasar-dasar Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group.

Ibnu Mandzūr. (١٩٩٨). *Lisanu Al-'Arob*. Beirut: Dāru Shōdir.

Ibnu Taimiyah. (١٩٩٥). *Majmū' Al-Fatāwā*. Madinah: Majma Al-Malik Al-Fahd.

Lexy Moleong. (٢٠٠٥). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mājī Al-Halawānī. (١٩٨٢). *Madkhol Ilā Al-Idzā'āti Al-Muwajjahah*. Kairo: Dāru Al-Fikri Al-'Arobiy.

Muhammad Abū Al-Fatah Al-Bayānūnī. (١٩٩٥). *Al-Madkhol Ilā Ilmi Al-Da'wah*. Beirut: Muassasah Al-Risālah.

Muhammad Khoir Romadhōn Yūsuf. (١٩٨٦). *Shifatu Muqoddimi Al-Barōmij Al-Islāmiy Fī Al-Idzā'ah Wa Al-Tilīfiziyyun*. Riyadh: Thibā'ah Al-Farozdaq Al-Tijāriyyah.

Mukhtaruddin Munthe. (٢٠١٨). Penggunaan Radio Sebagai Media Komunikasi Dakwah. *Jurnal Komunika Islamika*, 5.

Nāhid Ubādah. 30 Maret, 2021. (*Nasy'ah Al-Idzā'ati Fī Al-Ālam*). من الاسترداد تم sotor: <https://sotor.com>

Onong Uchjana Efendy. (١٩٩٣). *Ilmu Komunikai Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Porter. (١٩٩٨). *Competitive Strategy, Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.

Samsul Munir Amin. (٢٠٠٩). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.

Sejarah Perkembangan Radio من الاسترداد تم (بلا تاريخ). <https://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34250-sejarah-perkembangan-radio>

Sesra Budio. (٢٠١٩). Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata*, ٦٠-٥٩.

Syauqiy Dhoyif. (٢٠١١). *Al-Mu'jam Al-Washīth*. Kairo: Maktabah Al-Syurūq Al-Dauliyyah.

Viva Budy Kusnandar. ٢٣ October, 2019. (*Hanya 13% Masyarakat yang Masih Mendengarkan Radio*). تم الاسترداد من databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/23/hanya-13-persen-masyarakat-yang-masih-mendengarkan-radio>

Ya'qub Hamzah. (١٩٩٢). *Publistik Islam: Teknik Dakwah dan Leadership*. Bandung: CV. Diponegoro.