

**STRATEGI KREATIF RADIO UNISIA DALAM MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSINYA SEBAGAI LEMBAGA RADIO**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Oleh:**

**Musyarofah  
NIM. 11210144**

**Pembimbing:**

**Saptoni, S. Ag., M.A.  
NIP 19730221 199903 1 002**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**YOGYAKARTA**

**2016**



## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/276/2016

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI KREATIF RADIO UNISIA DALAM MEMPERTAHANKAN  
EKSISTENSINYA SEBAGAI LEMBAGA RADIO

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUSYAROFAH, A.Md.  
Nomor Induk Mahasiswa : 11210144  
Telah diujikan pada : Selasa, 22 Maret 2016  
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I

Prof. Dr. H. Faisal Ismail, M.A.  
NIP. 19470515 197010 1 001

Penguji II

Saptoni, S.Ag., M.A.  
NIP. 19730221 199903 1 002

Penguji III

Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si  
NIP. 19680501 199303 1 006

Yogyakarta, 22 Maret 2016

UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230  
Yogyakarta 55281 email: [fd@uin-suka.ac.id](mailto:fd@uin-suka.ac.id)

---

**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

*Assalamualaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama : Musyarofah

NIM : 11210144

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Judul Proposal : Strategi Kreatif Radio Unisia dalam Mempertahankan Eksistensinya sebagai Lembaga Radio

Telah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut diatas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum wr.wb.*

Mengetahui,

Ketua Jurusan



Khoiro Ummatim, S.Ag., M.Si.

NIP 19710328 199703 2 001

Yogyakarta, 22 Maret 2016

Pembimbing Skripsi

Saptoni, S. Ag., M.A

NIP19730221 199903 1 002

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Musyarofah  
NIM : 11210144  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang berjudul *STRATEGI KREATIF RADIO UNISIA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA SEBAGAI LEMBAGA RADIO* adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiatisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 29 Maret 2016

Menyatakan,  
  
Musyarofah  
NIM.11210144



## HALAMAN PERSEMBAHAN

SAYA PERSEMBAHKAN SKRIPSI INI KEPADA:

- ❖ KEDUA ORANG TUATERSAYANG. BAPAK ABDUL MANAF DAN IBU LILIK FAHRIAH YANG SELALU MEMBERI KASIH SAYANG DUKUNGAN DAN MOTIVASI.
- ❖ KAKAK-KAKAK DAN ADIK-ADIK TERSAYANG. KAKAK AFIFAH, KAKAK ANWAR, KAKAK SHOFIYAH, ADIK KHOIRUDDIN, ADIK KHOLILURROHMAN, ADIK MAISUN, ADIK WARDATUL MUFARROHAH, DAN ADIK NIZAR.
- ❖ GURU SAYA ABAH ENDARKA HANA, SH DAN IBU NURUL ISNAINI FEBRIARINI, S.KEP
- ❖ AKHI YANG SELALU MENEMANI
- ❖ TEMAN -TEMAN AL-ISLAM DAN UIN SUNAN KALIJAGA
- ❖ ALMAMATER TERCINTA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

## MOTTO

فاستبقوا الخيرات

*Berlomba-lombalah dalam kebaikan<sup>1</sup>*



---

<sup>1</sup>QS. Al Baqoroh 2 :148

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirahim,*

Alhamdulillah, segala puji kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberi limpahan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga dengan ijin-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada nabi Muhammad SAW.

Dalam penyusunan skripsi ini tentu saja banyak pihak yang telah berjasa, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan berjuta rasa terimakasih setulusnya kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Machasin, M.A, selaku Pejabat Pengganti Sementara (PGS) Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Nurjanah, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Khoiro Ummatin, S. Ag, M.Si selaku Ketua Jurusan KPI Fakultas Dakwah.
4. Prof. Dr. H. Faisal Ismail, M.A. selaku dosen pembimbing Akademik.
5. Saptoni, S. Ag., M.A. selaku dosen pembimbing yang telah memberi dukungan, arahan dan saran.
6. Seluruh dosen Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
7. Drs. Kecuk Sahana dan Janan Shodiq selaku direktur dan menejer administrasi radio Unisia yang telah banyak membantu penulis.

8. Kedua orang tua tersayang dan tercinta bapak Abdul Manaf dan ibu Lilik Fahriah yang tiada henti memberi dukungan, merawat dengan sepenuh hati serta semangat selama ini.
9. Abang Anwar dan kakak Afif yang telah banyak sekali membantu selama penulis menempuh studi.
10. Kakak serta adik-adik yang selalu memberi semangat, kakak Shofi, adik Irud, adik Ulul, adik Maisun, adik Warda dan adik Nizar yang saya sayangi.
11. Abah Endarka Hana, Ibu Nurul dan uti Fathimah yang telah memberikan motivasi, nasehat-nasehat dan membimbing penulis dalam membaca Al-quran.
12. Kakak Burhan dan kakak Ulva yang selalu mamabantu selama penulis menempuh studi.
13. Riza, Ela, mbak Gati, Sayuti, Arinin, Rizal, Surur, Yuri, Aqib, Nimas, Aqib, Indah, Tante Maryam, Nisa, Aini, Aziza, Ida Setiana, Mala, Yuni, Vida, Titik, Lita, i,ah, Rani, Rizka yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Sahabat-sahabat Pondok Pesantren Al Islam Yogyakarta yang saya sayangi.
15. Teman-teman UIN Sunan kalijaga yang saya sayangi.

Yogyakarta, 5 Maret 2016

Yang menyatakan,



Musyarofah  
NIM.11210144



## ABSTRAK

Musyarofah 11210144. Skripsi “Strategi Kreatif Radio Unisia dalam Mempertahankan Eksistensinya sebagai Lembaga Radio”

Perkembangan radio di Indonesia setelah merdeka diawali dengan lahirnya Radio Republik Indonesia pada tanggal 11 September 1945. Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audien. Program radio harus dikemas sedemikian rupa supaya menarik perhatian dan dapat diikuti orang sebanyak mungkin. Radio Unisia merupakan salah satu radio AM di Yogyakarta yang berbasis Islam agar dapat mempertahankan eksistensinya di dunia penyiaran dan agar tetap bias menarik minat masyarakat radio Unisia dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif. Dalam menghadapi persaingan tersebut, radio Unisia tentu dan harus memiliki strategi-strategi kreatif atau terobosan-terobosan baru yang menarik dalam mengelola dan menarik minat masyarakat.

Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif, yakni penulis berusaha mengetahui dan menggambarkan strategi kreatif radio Unisia dalam mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga radio.

Setelah melakukan analisis dengan menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman yang terdiri dari empat tahapan, yaitu: pengumpulan, reduksi penyajian, dan verifikasi data maka diperoleh kesimpulan bahwa radio Unisia menggunakan empat strategi yang *pertama* menentukan radio pesaing dengan mendata dan memantau radio-radio pesaing yang berada di Yogyakarta, *kedua* mendengarkan radio pesaing untuk mengamati dan mencermati acara-acara yang digarap baik acara harian atau mingguan *ketiga* menganalisa isi dan materi radio pesaing dengan mencatat isi radio-radio pesaing yang kemudian di analisa kelemahan serta kelebihan, dan yang *keempat* menyusun strategi untuk melawan radio pesaing dengan menyajikan program-program secara mendalam, dikarenakan radio ini berbasis *religi*, maka seluruh programnya dikemas *religi*. Radio Unisia juga berusaha meningkatkan kualitas program-programnya, seperti mendatangkan narasumber yang lebih baik, pemilihan materi yang lebih matang dan berkualitas serta relevan dengan permasalahan sehari-hari pendengarnya.

Kata Kunci: Strategi Kreatif, Radio Unisia, mempertahankan Eksistensi.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
JUDUL .....	i
SURAT PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I    PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Kajian Pustaka.....	6
F. Kerangka Teori.....	8
G. Metode Penelitian.....	14
H. Sistematika Pembahasan .....	16

BAB II	GAMBARAN UMUM RADIO UNISIA .....	17
	A. Sejarah Berdirinya Radio Unisia.....	17
	B. Visi & Misi Data Perusahaan .....	20
	1. Nilai Budaya .....	21
	2. Perilaku Radio.....	21
	C. Aspek Permodalan .....	22
	D. Struktur Organisasi .....	23
	E. <i>Job Description</i> Radio Unisia .....	23
	F. Program Siaran.....	29
BAB III	LANGKAH-LANGKAH STRETEGI KREATIF RADIO UNISIADALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA SEBAGAI LEMBAGA RADIO.....	33
	A. Menentukan Radio Pesaing.....	33
	1. Analisis tentang Radio Pesaing .....	37
	a. Radio Konco Tani .....	37
	b. Radio Suara Kenanga .....	38
	c. Radio Satunama .....	40
	d. Radio Suara Parangtritis .....	41
	e. Radio Suara Istana .....	42
	f. Radio Kartika .....	43
	g. Radio Edukasi .....	43

h. Radio RRI Pro 4 .....	45
B. Mendengarkan Program Stasiun Radio Pesaing .....	46
C. Menganalisis Isi dan Materi Program Radio Pesaing .....	49
D. Menyusun Strategi Melawan Stasiun Radio Pesaing .....	56
BAB IV PENUTUP .....	75
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran-saran .....	76
DAFTAR PUSTAKA .....	78
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan radio di Indonesia setelah merdeka, diawali dengan lahirnya Radio Republik Indonesia (selanjutnya disebut: RRI) pada tanggal 11 September 1945.<sup>1</sup> RRI sebagai radio milik pemerintah memiliki fungsi dasar menyuarakan kepentingan pemerintah dan negara. RRI menciptakan sumpah pengabdian pada negara dan bangsa Indonesia dengan Tri Prasetya RRI. Sejak awal berdirinya RRI memiliki peran sentral sebagai stabilisator dan instrumen perekat Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Industri siaran radio tidak dapat dipisahkan dari kekuasaan negara. Kekuasaan negara merupakan faktor penentu fungsi keberadaan industri penyiaran (*broadcasting*) di masyarakat. Radio adalah media komunikasi yang paling tua di Indonesia, yakni sejak tahun 1911. Bandingkan dengan televisi yang baru muncul pada 1962. Dalam sejarahnya, radio pernah berperan besar mentransmisikan informasi kekuasaan, konflik dan integrasi di Indonesia. Krishna Sen, seorang Profesor di Faculty of Arts, University of Western Australia mencatat, sejak zaman penguasa kolonial hingga rezim Orde Baru, radio selalu dimanfaatkan untuk kepentingan legitimasi kekuasaan.<sup>2</sup> Selain itu, dalam

---

<sup>1</sup> Tommy Suprpto, *Berkarier di Bidang Broadcasting*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2006), hlm. 50.

<sup>2</sup> Masduki, *Radio Siaran dan Demokratisasi*, (Yogyakarta: Jendela, 2003), hlm.13.

bukunya Onong menjelaskan bahwa radio memiliki peran penting dalam kemerdekaan di Indonesia, seperti sebagai berikut:

“Memang radio di Indonesia mempunyai arti tersendiri dalam perjuangan kemerdekaan. Daya langsung dan daya tembus radio siaran memungkinkan sebuah pesan sampai pada pendengarnya, meskipun terhalang gunung, lembah, dan lautan. Melalui RRI, Panglima Besar Jendral Sudirman menyampaikan perintah hariannya kepada seluruh Angkatan Perang Republik Indonesia.”<sup>3</sup>

Penyiaran di tanah air mengalami perkembangan yang sangat pesat setelah tahun 1998. Radio siaran berkembang jauh lebih pesat dibanding masa sebelumnya. Pada tahun 2002 setidaknya muncul 250 stasiun radio baru yang dikelola individu atau kelompok, baik anggota PRSSNI sebagai organ tunggal perusahaan radio pada masa Orde Baru, maupun organisasi baru seperti ARSSI (Asosiasi Radio Siaran Swasta Indonesia) atau ARI (Aliansi Radio Independen). Jumlah ini belum termasuk RRI yang membuka layanan frekuensi programnya 2-4 di hampir semua provinsi.<sup>4</sup>

Tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar ini cukup tinggi dalam merebut perhatian audien. Program radio harus dikemas sedemikian rupa supaya menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin orang. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun untuk teliti membidik audien-audiennya. Setiap produksi program harus mengacu pada kebutuhan audien yang menjadi target stasiun radio. Hal ini pada akhirnya menentukan format stasiun penyiaran yang harus dipilih.

---

<sup>3</sup> Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, (Bandung: Mandar Maju, 1990), hlm. 65.

<sup>4</sup>Masduki, *Radio dan Siaran*, hlm. 7.

Pringle-Starr-McCavitt, menjelaskan bahwa: *the programming of most of stations is dominated by one principal content element or sound, known as format* (program sebagian besar stasiun radio didominasi oleh satu elemen isi atau suara yang utama yang dikenal dengan format). Format adalah penyajian program dan musik yang memiliki ciri-ciri tertentu oleh stasiun radio. Secara lebih sederhana dapat dikatakan format stasiun penyiaran atau format siaran radio dapat didefinisikan sebagai upaya pengelola stasiun radio untuk memproduksi program siaran yang dapat memenuhi kebutuhan audiennya.<sup>5</sup>

Tujuan penentuan format siaran adalah untuk memenuhi sasaran khalayak secara spesifik dan untuk kesiapan berkompetisi dengan media lainnya di suatu lokasi siaran. Format siaran lahir dan berkembang seiring dengan tuntutan spesialisasi siaran akibat maraknya pendirian stasiun radio. Format siaran dapat ditentukan dari berbagai aspek, misalnya aspek demografi audien seperti kelompok umur, jenis kelamin, profesi, hingga geografi. Berdasarkan pembagian tersebut, maka muncullah stasiun penyiaran berdasarkan kebutuhan kelompok tersebut.

Dalam pemahaman modern, pendengar radio bukan lagi objek yang menggunakan telinga untuk menyimak sebuah acara. Mereka juga menggunakan nalar pikir dan sekaligus empati, sehingga membentuk sikap kritis. Jika yang ditayangkan radio tidak sesuai, maka sikap mereka tidak

---

<sup>5</sup> Morisson, *Manajemen Media Massa: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 220.

sekedar memindah *channel*<sup>6</sup> atau gelombang ke stasiun lain, tetapi mereka dapat bersikap antipati terhadap stasiun yang dinilai mengecewakan. Contohnya dominasi menu hiburan yang muncul di radio menimbulkan kebosanan jika tidak mampu menyuguhkan variasi program. Salah satu pertimbangan untuk memvariasikan program radio adalah sikap memperdayakan pendengar dengan memberikan mereka suguhan informasi yang bersifat aktual dan yang dapat mencerdaskan intelektual pendengarnya.<sup>7</sup>

Radio UNISIA merupakan salah satu radio AM di Yogyakarta yang bertemakan penyiaran Islam atau yang biasa disebut dakwah. Selain Radio UNISIA masih banyak radio AM di Yogyakarta yang masih beroperasi, tidak banyak dari mereka yang mengusung tema dakwah Islam secara keseluruhan. Tema ini merupakan ciri khas yang dimiliki radio UNISIA dengan berbasis Islam, disisi lain masih banyak stasiun radio seperti radio Kartika dan radio Konco Tani cenderung dengan saluran pop, kroncong dan sebagainya .

Agar dapat mempertahankan eksistensinya di dunia penyiaran dan agar tetap bisa menarik minat masyarakat radio UNISIA dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif. Hal ini dikarenakan bahwa persaingan di dunia radio ini sangat kuat, terutama di saluran FM. Karena saluran FM mempunyai kualitas yang lebih bagus, Saluran siaran FM memiliki lebar pita yang lebih banyak dari saluran siaran AM, sehingga kualitas suara yang mampu menghasilkan kualitas yang lebih jelas, dan juga jangkuan sinyal FM lebih rendah daripada sinyal

---

<sup>6</sup> Channel (gelombang) adalah jalur yang terdapat di mixer dan dapat dikontrol dengan menggunakan tombol. Lihat lebih lanjut Masduki, *Jurnalistik Radio*, (Yogyakarta: LKiS, 2001), hlm. 126.

<sup>7</sup> Masduki, *Jurnalistik Radio*, (Yogyakarta: LKiS, 2001), hlm. 3.



AM sehingga relatif bebas dari gangguan baik atmosfer maupun interferensi yang tidak diharapkan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, radio UNISIA tentu dan memang harus memiliki strategi–strategi kreatif atau terobosan-terobosan baru yang menarik dalam mengelola dan menarik minat masyarakat. Hal inilah yang menjadi alasan penting bagi penulis untuk mengkaji lebih dalam dan diteruskan dalam bentuk skripsi.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi kreatif yang digunakan oleh radio Unisia dalam mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga radio?

## **C. Tujuan**

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi kreatif yang digunakan oleh radio Unisia dalam mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga radio.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoretis**

- a. Menambah khazanah keilmuan dalam disiplin ilmu komunikasi khususnya dalam strategi kreatif di radio.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberi sumbangan pemikiran bagi kajian strategi pengelolaan radio.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Menambah pemahaman bagi penulis tentang strategi dalam mempertahankan eksistensi radio.
- b. Sebagai evaluasi bagi radio Unisia terhadap pengembangan strategi-strategi kreatifnya.

## E. Kajian Pustaka

Penulis mencoba merujuk pada penelitian yang berbentuk skripsi yang menurut penulis masih ada kaitanya dengan judul yang penulis angkat, yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Canggih Bekti Pratiwi, yang berjudul “*Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun ADTV*”.<sup>8</sup>Skripsi tersebut membahas tentang bagaimana strategi kreatif produser agar program agar Tamu Istimewa tetap eksis di stasiun ADTV dan tidak kalah saing dengan program-program lain yang sejenis. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, di mana objek penelitiannya adalah strategi kreatif produser dalam program Tamu Istimewa di stasiun ADTV dan subjek penelitiannya adalah produser program Tamu Istimewa sebagai *key informan* dan beberapa kerabat kerja yang terlibat sebagai *informan* antara lain program director, editor, piñata artistik, penulis naskah, dan presenter. Dari penelitian yang dilakukan diperoleh hasil bahwa dalam memepertahankan eksistensi program Tamu Istimewa yaitu melalui

---

<sup>8</sup>Canggih Bekti Pratiwi, *Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun ADTV*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2013).

pemilihan host, penempatan slot/waktu tayang, tema, penataan artistik, dan karakteristik siaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Doddy Afrianto, yang berjudul “*Strategi Kreatif Program Acara Anak (Studi Deskriptif tentang Strategi Kreatif Program Acara Pendidikan Anak Multi Talenta “MT” di Rbtv Yogyakarta)*”.<sup>9</sup> Skripsi tersebut membahas tentang bagaimana strategi kreatif program acara pendidikan anak multi talenta di RBTV dalam menghadapi persaingan dengan stasiun televisi lokal lainnya. Metode yang digunakan adalah studi deskriptif. Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut bahwa dalam menghadapi persaingan dengan stasiun televisi lokal lainnya yaitu melalui strategi kreatif yang digunakan dalam program acara pendidikan anak Multi Talenta (MT) lebih kepada penguatan talent-talent anak sebagai presenter yang membawakan acara tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Jaiz, yang berjudul “*Strategi Programing Radio Sonora Yogyakarta dalam Persaingan Bisnis Siaran Radio*”.<sup>10</sup> Skripsi tersebut mengkonsentrasikan penelitiannya pada bagaimana strategi bisnis yang dilakukan oleh radio Sonora untuk bisa bersaing dengan radio lain dan agar tetap diminati oleh khalayak pendengar. Strategi bisnis yang digunakan adalah terkait masalah iklan. Metode penelitian yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis datanya menggunakan

---

<sup>9</sup> Doddy Afrianto, *Strategi Kreatif Program Acara Anak (Studi Deskriptif tentang Strategi Kreatif Program Acara Pendidikan Anak Multi Talenta “MT” di RBTV Yogyakarta)*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2009).

<sup>10</sup> Abdul Jaiz, *Strategi Radio Sonora Yogyakarta dalam Persaingan Bisnis Siaran Radio*, (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2008).

analisis data deskriptif kualitatif. Hasil yang diperoleh dalam penelitian tersebut bahwa dalam persaingan bisnis dengan adanya perbaikan program atau evaluasi rutin yang biasanya dilakukan perdua atau pertiga bulan sekali, melakukan *training* yang diikuti oleh para *crew* dan karyawan radio Sonara Yogyakarta agar lebih sesuai dengan yang dikehendaki dan bertujuan untuk meningkatkan sumber daya manusia (SDM) atau profesionalisme dalam kepenyiaran (pekerjanya) dan yang lebih di utamakan pada hal ini adalah: Konsumen, kenggulan, kerjasama, staf, dan inovasi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah kalau dalam penelitian yang dilakukan oleh Canggih Bekti Pratiwi dan Doddy Afrianto lebih fokus pada strategi kreatif dalam satu program acara, dan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Jaiz lebih mengkonsentrasikan penelitiannya pada bagaimana strategi bisnis sedangkan penelitian ini lebih pada strategi kreatif atau terobosan-terobosan yang dilakukan oleh radio Unisia dalam mempertahankan eksistensinya.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. Strategi Kreatif Radio**

Perencanaan strategis (*strategic planning*) adalah proses pemilihan tujuan-tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijakan dan pogram strategis yang diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut dan penetapan metode yang diperlukan untuk menjamin bahwa strategi dan kebijakan telah diimplementasikan.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Morisson, *Manajemen Media Massa*, hlm. 136.

Rencana operasional merupakan penguraian lebih rinci bagaimana rencana strategis akan dicapai. Rencana operasional terdiri dari rencana sekali pakai (*single use plans*) dan rencana tetap (*standing plans*). Rencana sekali pakai dikembangkan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu dan tidak digunakan kembali bila tujuan telah tercapai. Rencana tetap merupakan pendekatan-pendekatan standar untuk penanganan situasi-situasi yang dapat diperkirakan dan terjadi berulang-ulang.<sup>12</sup>

Keinginan agar setiap program acara lebih unggul dari stasiun radio lain selalu menjadi dambaan setiap pengelola radio. Banyak cara dilakukan Program Director (PD) agar program acaranya lebih unggul dibanding stasiun radio stasiun lain. Strategi agar pendengarnya tidak lari ke stasiun radio lain dikenal dengan istilah *outflow*, sedangkan strategi agar mampu menarik pendengar radio lain ke saluran radionya dikenal dengan *inflow*. Langkah yang harus dilakukan adalah:<sup>13</sup>

a. Menentukan Stasiun Radio Pesaing

Menentukan radio lain yang menjadi pesaing dengan memiliki target pendengar dan posisi yang sama dengan stasiun radio Unisia. Pengamatan hendaknya juga dilakukan pada stasiun radio yang secara tidak langsung sebagai stasiun radio pesaing, tetapi juga pada stasiun radio yang memiliki program-program acaranya dengan target pendengar

---

<sup>12</sup>*Ibid*, 138.

<sup>13</sup>Kecuk Sahana, *Produksi Program Radio* (Yogyakarta: Koperasi Pusdika (kopi) Akademi Komunikasi Indonesia, 2014), hlm. 178.

yang sama, meskipun dengan penggal waktu yang tidak panjang, misalnya stasiun radio A jam: 13.00-17.00 memiliki program acara dengan target pendengar sama dengan stasiun radio Unisia. Tentu stasiun radio ini perlu dicermati dan mendapat perhatian, karena bila radio tersebut memiliki program acara yang bagus dan menarik, maka secara tidak langsung akan mengambil pendengar dengan target yang sama.

b. Mendengarkan Program Stasiun Radio Pesaing

Mengamati secara acak jam-jam potensial stasiun radio pesaing dalam menggarap program acaranya secara total atau serius. Karena sangat berat untuk menggarap program acara dari keseluruhan waktu setiap hari siarannya, sehingga biasanya stasiun radio membuat acara-acara special/khusus yang digarapnya secara sungguh-sungguh pada jam-jam tertentu. Acara spesial tersebut bisa dalam bentuk acara harian (*daily program*) yang disiarkan setiap harinya maupun acara mingguan (*weekly program*). Sehingga perlu dicermati bagaimana radio pesaing mengemas acara (*talk show, game, live music*) pada waktu tertentu.

c. Menganalisis Materi Program Stasiun Radio Pesaing

Membuat buku catatan untuk mencatat secara detail apa yang dilakukan setiap program acara yang disiarkan stasiun radio pesaing, mulai nama acara, jam serta berapa waktu penyiaran (30 menit, 45 menit, 60 menit), bentuk rangkaian program, pemilihan musik, bentuk program (*talk show, features, magazine, game*), gaya dan interaksi penyiar (santai, formal, semi formal, galau/canda), isian materi program (tips, berita olah raga),

membangun kemenarikan program (*phone interaksi*, permainan, jajak pendapat *Vox-pop*), umpan balik program (*phone live, sms, twitter, surat, e-mail*). Supaya lebih maksimal perlu adanya pembagian tugas kepada seluruh penyiar dalam mengamati stasiun-stasiun pesaing.

d. Menyusun Strategi Melawan Stasiun Radio Pesaing

Data yang terkumpul selanjutnya dipetakan berdasarkan acara-acara yang menarik kemudian membuat kolom-kolom untuk mencatat temuan mulai dari: Nama stasiun, jam siaran, nama program acara hingga bagaimana membangun umpan balik setiap program acara. Berdasarkan data tersebut dapat diambil kesimpulan bagaimana masing-masing stasiun radio memiliki keunggulannya dan kekurangannya. Hasil yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan stasiun radio yang dikelola, sehingga dapat diperoleh keunggulan dan kekurangan radio yang dikelola setelah itu diadakan evaluasi dan perbaikan.

Tulisan Michael C.Keith dalam buku "*Radio Programming Consultancy and Formatic*" (1987), memberikan contoh bagaimana seorang *analiser consultant* memonitor persaingan antar stasiun radio dengan target pendengar yang hampir sama, diamati apa musik yang diputar, bagaimana meletakkan iklan didalam program acaranya, apakah game cukup efektif dalam program dan sebagainya, apakah radio keunggulan dan apakah keunggulan tersebut akan mampu menggiring

pendengar yang menjadi targetnya lebih banyak dibanding stasiun radio pesaing.<sup>14</sup>

Nasihat berbagai *consultant programming radio* di Amerika yang perlu dicatat adalah, untuk bisa bersaing hendaknya pengelola radio melihat bagaimana pengelola stasiun radio memilih dan menata musik/lagu, karena musik/lagu adalah kekuatan yang paling besar radio dalam merebut pasar/target audiennya. Oleh karena itu *Music Director* harus sangat teliti dalam memilih lagu dan memprediksi lagu yang laku dipasarnya, MD tidak boleh memilih lagu hanya berdasar intuisi dan perkiraan dirinya, MD harus senantiasa bertanya kepada pendengar musik/lagu yang benar-benar diinginkan. MD dapat mengategorikan ke dalam tujuh katagori skala prioritas musik/lagu, apa yang tengah menjadi pilihan dengan audiennya, yaitu:<sup>15</sup>

- 1) *Never heard song*, lagu yang sudah tidak pernah didengar,
- 2) *Strongly dislike song*, lagu yang betul-betul tidak disukai,
- 3) *Moderately dislike song*, lagu yang sedang tidak disukai lagi.
- 4) *Indifferent to song*, lagu yang tidak disukai meski baik.
- 5) *Tied of song*, lagu yang sudah usang tidak lagi menjadi pilihan.
- 6) *Like song*, lagu yang tengah menjadi kesukaan.
- 7) *Favoirite song*, lagu yang lagi menjadi kesayangan.

Dengan memilah-milah katagori lagu/musik akan didapatkan data lagu/musik yang tepat sebagai menggiring pendengar untuk memantau

---

<sup>14</sup>*Ibid.*, hlm. 180

<sup>15</sup>*Ibid.*, hlm. 181.



stasiun radio kita, atau lagu/musik apa saat-saat selesai jeda iklan agar pendengar tidak beralih ke stasiun radio pesaing. oleh karena ini *Music Director*, pekerjaannya bukan *administrator* hanya mencatat lagu yang datang dari produsen, memilih lagu yang baik sesuai target melihat bagaimana lagu/musik radio pesaing, atau memasukan lagu/musik pada list computer siaran. Namun *Music Director* harus senantiasa merubah isian folder pada data musik di komputer sesuai hasil survei yang secara terus menerus yang dilakukan.

Selain stasiun radio mengatur isian materi musik dan penyusunannya *clock* progamnya dalam pengemasan program, para pengelola radio dapat melakukan dengan cara mengatur bagaimana penempatan waktu penyiaran sebagai strategi lebih unggul dibanding program radio lain. Head-Sterling pada "*Boardcasting In America A Survey of Television, Radio and New Technologies*" (1982) menyebutkan strategi yang bisa dilakukan, yaitu:<sup>16</sup>*Creating Hammock* (Buaian). Strategi dengan meletakkan acara-acara baru pada acara-acara yang telah mapan. Diharapkan acara baru tersebut akan cepat dikenal, atau meletakkan acara yang telah mulai surut pendenganya kesamping acara unggulan, diharapkan acara tersebut akan naik kembali meraih jumlah pendengarnya.

---

<sup>16</sup>*Ibid.*, hlm. 181.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis penelitian**

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Metode penelitian ini merupakan pengamatan yang bersifat ilmiah yang dilakukan secara hati-hati dan cermat yang bertujuan untuk menyelesaikan sesuatu atau peristiwa.<sup>17</sup> Metode ini menggambarkan strategi kreatif radio Unisia dalam mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga radio. Fokus penelitian ini adalah strategi kreatif radio Unisia dalam mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga radio.

### **2. Objek Penelitian**

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah strategi kreatif yang meliputi suatu rencana terbaik atau ide-ide baru (taktik cerdas) yang dilakukan oleh radio Unisia dalam mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga radio.

### **3. Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan dua cara dalam proses pengumpulan data.

#### **a. Interview atau wawancara**

Bentuk wawancara dalam penelitian ini adalah semi struktural, wawancara dilakukan dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan, namun tidak menutup kemungkinan pertanyaan akan

---

<sup>17</sup> Morisson, dkk., *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 37.

berkembangan sesuai jawaban yang diberikan. Wawancara ditujukan kepada direktur dan kerabat kerja radio Unisia AM. Berdasarkan wawancara tersebut akan diperoleh data terkait dengan strategi kreatif untuk mempertahankan eksistensi radio sebagai lembaga Sradio.

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yakni penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia.<sup>18</sup> Penulis juga menggunakan metode dokumentasi sebagai metode penunjang dalam penelitian ini. Adapun sumber dokumentasi dalam penelitian ini adalah berupa dokumen, agenda kegiatan, sejarah, kebijakan dan hal lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah model interaktif dari Miles dan Huberman yang terdiri dari empat tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.<sup>19</sup> Proses pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan dokumentasi. Setelah data terkumpul proses selanjutnya adalah proses reduksi data. Selanjutnya data yang telah direduksi disajikan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

Proses verifikasi adalah suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan atau upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu

---

<sup>18</sup>*Ibid.*, hlm. 83.

<sup>19</sup>*Ibid.*, hlm. 308.

temuan dalam seperangkat data yang lain. Dengan analisis ini, maka dapat tergambar keadaan atau fenomena yang diteliti dalam bentuk kata-kata atau kalimat, kemudian dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan dari penelitian.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan pada penelitian ini terdiri dari empat bab: *Bab pertama* merupakan pendahuluan yang berisi penegasan judul, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

*Bab kedua* terdiri dari gambaran umum tentang radio Unisia, sejarah berdirinya radio Unisia, data perusahaan, visi dan misi, aspek permodalan, struktur organisasi, program siaran, target audien, dan struktur kerja.

*Bab ketiga* berisi tentang fokus pembahasan terhadap penulisan skripsi yang terdiri dari laporan penelitian yang dianalisis seperti strategi menentukan stasiun radio pesaing, mendengarkan program radio pesaing, mencatat isi dan materi radio pesaing dan strategi melawan radio pesaing. Selain keempat strategi tersebut, penulis juga akan menggunakan strategi strategi *creating hammock* (buaian).

*Bab keempat* adalah kesimpulan dari seluruh hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran, daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang diperlukan.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai “Strategi Kreatif Radio Unisia Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Lembaga Radio”, dapat penulis simpulkan bahwa, yakni:

1. Usaha yang dilakukan untuk menyusun Strategi Kreatif Radio Unisia Dalam Mempertahankan Eksistensinya sebagai Lembaga Radio menentukan stasiun radio pesaing yaitu mendata radio apa saja yang menjadi pesaing selanjutnya mendengarkan program stasiun radio pesaing, setelah mendengarkan radio-radio pesaing kemudian menganalisa isi dan materi program stasiun radio pesaing untuk mengetahui keunggulan dan kelemahannya, setelah ketiga tahapan dilakukan kemudian menyusun strategi melawan stasiun radio pesaing.
2. Menyajikan materi Islami tentang *Al-Qur'an* dan *Hadits* secara menyeluruh dan mendalam untuk dapat bersaing dengan radio-radio lainnya, dengan pembahasan dan pemilihan materi yang sesuai pada bidang kajian keagamaan dan juga disampaikan langsung oleh ahli materi masing-masing program acara dengan harapan benar-benar

menyampaikan informasi dan berbagi ilmu atau mengkaji dengan benar pada para pendengar.

3. Memberikan program, menyajikan berita atau informasi yang berisi peristiwa-peristiwa aktual atau kejadian sehari-hari yang terjadi di masyarakat
4. Lebih banyaknya program-program yang menarik dan beragam dengan tetap menyajikan siaran yang mencakup dasar mengenai ilmu agama sehingga membuat para pendengar radio bisa memilih mendengarkan program yang disukai.
5. Berusaha meningkatkan kualitas dari program itu sendiri, seperti mendatangkan nara sumber yang lebih baik, pemilihan materi siaran yang lebih matang dan berkualitas serta relevan dengan permasalahan sehari-hari pendengarnya.
6. Radio Unisia memanfaatkan internet atau radio *streaming* yang dapat diakses melalui [www.radiounisia.com](http://www.radiounisia.com). Selain itu dapat pula di akses melalui media-media penyedia siaran *streaming* radio seperti radio *tune in*. *Website* radio Unisia juga menyediakan *postcasting* yang berisi program-program yang telah di sajikan

## B. Saran-saran

Melihat hasil penelitian tersebut ada saran-saran yang ingin penulis sampaikan:

1. Perlunya pengemasan program acara yang ada di radio Unisia dalam mempertahankan eksistensinya hendaknya strategi kreatif yang digunakan oleh radio Unisia harus lebih banyak lagi. Baik dalam penambahan program siaran tanpa meninggalkan dari esensi Islam itu sendiri salah satunya dengan lebih memberikan variasi program siaran agar pendengar tidak bosan dengan program siaran yang ada maupun kualitas pemancarnya mengingat persaingan lebih ketat terlebih lagi dengan maraknya stasion radio FM.
2. Merancang, memilih dan memproduksi materi dan program siaran yang mengandung *religi* yang lebih menarik dan berkualitas seperti menyajikan musik-musik *religi* yang selalu *up date* agar bisa menjadi *ikon* dari radio Unisia sebagai radio siaran berbasis *religi*.
3. Ada upaya untuk terus menerus meningkatkan kualitas kreatifitas di radio Unisia, sehingga dapat diharapkan mampu mempertahankan eksistensinya dan memberikan kepuasan bagi pendengarnya, selain itu juga mampu menjadi media dakwah yang unggul, berkualitas, dan kompetitif.
4. Bekerja sama dengan media lain baik itu radio atau surat kabar dalam hal *up date* informasi khususnya tentang *religi* untuk meningkatkan kualitas siaran yang ditampilkan dan agar informasi yang disajikan tidak ketinggalan dengan radio lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, Doddy, *Strategi Kreatif Program Acara Anak (Studi Deskriptif tentang Strategi Kreatif Program Acara Pendidikan Anak Multi Talenta “MT” di RBTV Yogyakarta)*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2009.
- Al Barry, M Dahlan, *Kamus Induk Istilah Ilmiah*, Surabaya: Target Press, 2003.
- Cangara, Hafied, *Perencanaan dan Strategi komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.
- Dagun, Save M., *Filsafat Eksistensialisme*, Jakarta: RinekaCipta, 1990.
- Effendy, Onong Uchjana, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Bandung: Mandar Maju, 1990.
- J. Salusu, *Pengambilan Keputusan Strategi Untuk Organisasi Public dan Organisasi Non Profit*, Jakarta: Grasindo, 2003.
- Jaiz, Abdul, *Strategi Radio Sonora Yogyakarta dalam Persaingan Bisnis Siaran Radio*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2008.
- Masduki, *Jurnalistik Radio*, Yogyakarta: LKiS, 2001.
- Masduki, *Radio Siaran dan Demokratisasi*, Yogyakarta: Jendela, 2003.
- Masianti, Anna, *Kamus Lengkap Inggris-Indonesia, Indonesia-Inggris*, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992.
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006
- Morisson, dkk., *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: Kencana, 2012.



- Morisson, *Manajemen Media Massa: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Pratiwi, Canggih Bekti, *Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa dalam Mempertahankan Eksistensi Program di Stasiun ADTV*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN SunanKalijaga, 2013.
- Profil Radio Unisia, <http://radiounisia.com/profile/>. Diakses tanggal 25 Mei 2016, pukul 10:17
- Sahana, Kecuk, *Produksi Program Radio*, Yogyakarta: Koperasi Pusdika (kopi) Akademi Komunikasi Indonesia, 2014.
- Suprpto, Tommy, *Berkarier di Bidang Broadcasting*, Yogyakarta: Media Pressindo, 2006.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Wawancara dengan Kecuk Sahana, direktur radio Unisia, pada tanggal 26 Mei 2015, 17 Januari 2016 dan 24 Maret 2016.
- Wawancara dengan Pujo Caharyo, bagian produksi radio Unisia, pada tanggal 17 Januari 2016.
- Wawancara dngan Janan Shodiq, manejer administrasi dan keuangan, pada tanggal 17 Januari 2016.

## **INTERVIEW GUIDE**

### **A. Interview Untuk Direktur Utama Radio Unisia Yogyakarta**

1. Kapan radio Unisia berdiri ?
2. Apa vis idan Misidari radio Unisia ?
3. Apa saja keunggulan dari radio Unisia ?
4. Bagaimana profil radio Unisia ?
5. Siapa yang menjadi target audiensinya ?

## INTERVIEW GUIDE

### B. Interview Untuk Program Director

1. Langkah-langkah apa saja yang dilakukan radio Unisia untuk mempertahankan eksistensinya ?
2. Bagaimana menyusun strategi kreatifnya ?
3. Strategi apa yang digunakan untuk menghadapi pesaingnya yang kompetitif ?
4. Apakah ada strategi khusus yang digunakan ?
5. Apa saja hadapan yang dihadapi dalam melaksanakan strategi kreatifnya ?
6. Siapa saja yang menjalankan atau yang bertanggungjawab penuh untuk operasional strategi kreatif tersebut ?
7. Kriteria seperti apa yang ditetapkan oleh radio Unisia dalam memilih narasumber ?

## SURAT PERNYATAAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Musyarofah

NIM : 11210144

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komuunikasi Islam

Dengan ini menyatakan saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran tanpa paksaan. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka saya tidak akan menyangkutpautkan kepada pihak fakultas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Yogyakarta, 04 Februari 2016

Yang menyatakan,



Musyarofah  
NIM.11210144

## CURICULUM VITAE

### A. Data Pribadi

Nama Lengkap : Musyarofah A. Md.  
Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 22 Agustus 1989  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Nama Ayah : Abdul Manaf  
Nama Ibu : Lilik Fachriah  
Agama : Islam  
Alamat : Dusun Krajan, Karang Sari Utara, Bantur, Malang.  
No. Kontak : 085604045873  
Email : musyarofah008@gmail.com

### B. Pendidikan Formal

1997-2003 : SDN Rejoyoso bantur Malang  
2003-2005 : MTS Babu Salam Malang  
2005-2008 : MA Nurul Jadid Probolinggo  
2010-2013 : D3 Akademi Bahasa Asing Sinema Yogyakarta  
2011-2016 : Mahasiswa UIN Sunana Kalijaga Yogyakarta

### C. Pendidikan Informal

2003 – 2007 : Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan  
2007 - 2008 : Pondok Pesantren Nurul Jadid Probolinggo  
2008 - 2009 : Basic English Course Pare Kediri  
Mastering Sistem Pare Kediri  
Kresna English Course Pare Kediri  
Butterfly English Course Pare Kediri  
2009 : Al-farisi ( kursus bahasa arab ) Pare Kediri  
2010 – sekarang : Pondok Pesantren Al- Islam Yogyakarta

### D. Penghargaan

: Juara I lomba MQK Tingkat Kota Yogyakarta, Juara I *Musabaqoh Billughoh Arabiyah* Tingkat Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, *The Best Speaker* Tingkat BEC Pare, Juara Harapan Tiga lomba Pidato Bahasa Inggris se-Madura

### E. Riwayat Organisasi

: Anggota FKPP Yogyakarta periode 2013/2016. Anggota BEM Jamaah Dakwah Islamiyah UIN Sunan Kalijaga