

**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO DAKWAH
DALAM MEMPEROLEH PENDENGAR
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio KITA 94,3 FM Cirebon)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Guna Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun oleh:

M RIZKI MAJISTRA ABDI
NIM : 11730076

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2016**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : M. Rizki Majistra Abdi
NIM : 11730076
Prodi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 24 Oktober 2016

Yang menyatakan,



M. Rizki Majistra Abdi
NIM. 11730076



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum. Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : M. Rizki Majistra Abdi
Nim : 11730076
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

STRATEGI KOMUNIKASI RADIO DAKWAH
DALAM MEMPEROLEH PENDENGAR
(Studi Deskriptif Kualitatif pada KITA 94,3 FM di Jalitanjung 52B
Kecamatan Kesambi, Kota Cirebon)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 24 Oktober 2016
Pembimbing

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP : 19600323 199103 1 002

...



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-332/Un.02/DSH/PP.00.9/11/2016

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI KOMUNIKASI RADIO DAKWAH DALAM MEMPEROLEH
PENDENGAR (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio KITA 94,3 FM Cirebon)

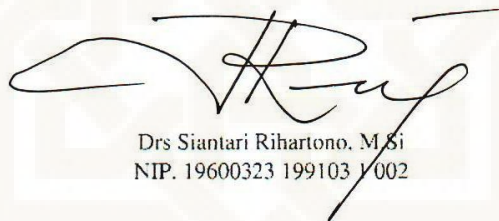
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MOHAMMAD RIZKI MAJISTRA ABDI
Nomor Induk Mahasiswa : 11730076
Telah diujikan pada : Senin, 07 November 2016
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

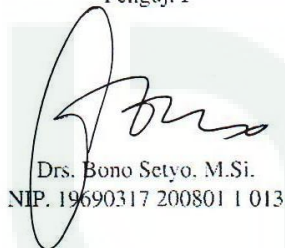
TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang



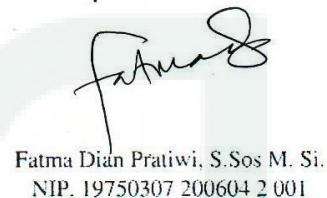
Drs Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

Penguji I




Drs. Bono Setyo, M.Si.
NIP. 19690317 200801 1 013

Penguji II



Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si.
NIP. 19750307 200604 2 001

Yogyakarta, 07 November 2016
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN



Dr. Moehamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

MENGUCAPKAN KATA-KATA LEBIH MUDAH DIBANDING
BERTINDAK. KARENANYA ORANG YANG BIJAK ADALAH ORANG
YANG MAMPU MEMBUKTIKAN UNGKAPANNYA.

“COBALAH UNTUK TIDAK MENJADI SEORANG YANG SUKSES,
TAPI JADILAH SEORANG YANG BERNILAI,” ALBERT EINSTEIN



PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

**ALMAMATER TERCINTA PRODI ILMU
KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamiin. Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya penelitian dalam bentuk skripsi ini. Adapun skripsi ini ditujukan sebagai syarat kelulusan atas gelar S1 di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Dr. Mochammad Sodik, S.Sos, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
2. Drs. Siantari Rihartono, M. Si, selaku Kaprodi Ilmu komunikasi, yang senantiasa mengayomi mahasiswa sekaligus memimpin prodi Ilmu Komunikasi ke arah yang lebih baik.
3. Bapak Alip Kunandar, M. Si, selaku dosen pembimbing akademik, yang telah membagikan ilmunya serta membimbing peneliti dari semester awal perkuliahan hingga saat skripsi ini diterbitkan
4. Drs. Siantari Rihartono, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah banyak membantu peneliti dalam proses pengerjaan skripsi ini

5. Serta Bapak Bono Setyo, M.Si dan Ibu Fatma Dian Pratiwi, M.Si. selaku dosen penguji satu dan penguji dua, yang juga telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan maksimal
6. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang selalu hebat dan terus menginspirasi dalam mentransfer ilmunya kepada mahasiswa.
7. Kedua orang tua, Ibu E'ah Ruhiyah salam dan (alm) Bapak Abdullah Ali. Yang telah mendidik, membimbing dan selalu mendukung apa yang peneliti cita-citakan. Dan untuk ibu, terima kasih yang sebesar-besarnya. Engkaulah penyemangat hidupku
8. Dan untuk seluruh keluarga ABDI yang peneliti cintai, terima kasih buat dukungan dan inspirasinya.
9. Sinta Nourmawati (Neng), yang selalu ingin direpotkan oleh peneliti, terima kasih banyak untuk waktu dan tenaganya.
10. Bapak Yayan, selaku Manager Station Radio KITA 94,3 FM yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk peneliti dalam memberikan informasi dan masukannya terima kasih banyak.
11. Bapak Diding Sobaruddin, selaku Komisaris Radio KITA 94,3 FM , yang telah memberikan ijin kepada peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir di Radio KITA sampai selesai
12. Kepada Kru dan Staff Radio KITA 94,3 FM, yang telah memberikan masukan dan ketersediaanya dalam membantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

13. Kombhe Futsal; Wahab, Angga, Idhar, Syam, Uda Paska, Nada Bangun, Anas S, Nopian, Hamam, Doni dll. Kalian biasa diluar! Semangat dan sukses selalu untuk kita semua
14. Seluruh rekan seperjuangan prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2011 yang telah berjuang bersama-sama menjalani lika-liku perkuliahan dari semester satu sampai selesai
15. Arif Abduh, Fala Yahzunka, Adi, Fitra, Juki, Zaim selaku penghuni Kosnya para Dewa yang memberikan banyak hal untuk peneliti dalam proses pengerjaan skripsi ini. Antum jami'an minal mumtaazin. Aamin.
16. Mbok singgang, yang selalu hadir disaat lapar, adanya beliau memakmurkan keseharian peneliti untuk selalu ingat akan kesehatan. Mensana in corporesano

Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu dan telah membantu peneliti hingga menyelesaikan tugas akhir. Peneliti selalu memanjatkan do'a agar semua pihak yang telah membantu, mendapatkan balasan dari Allah SWT, dan peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. *Aamiin yaa robbal 'alamiin*

Yogyakarta, 03 November 2016

M Rizki Majistra A
11730076

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Landasan Teori	9
1. Komunikasi Massa	9
2. Radio	11
3. Faktor Penunjang Efektifitas Siaran Radio	12
4. Keunggulan Radio	14

5. Kelemahan Radio	15
6. Radio Sebagai Media Dakwah	15
7. Strategi Komunikasi Radio Dakwah	17
F. Kerangka Pemikiran	31
G. Metode Penelitian	32
1. Jenis Penelitian	32
2. Tempat Penelitian	33
3. Subjek dan Objek Penelitian	33
4. Unit Analisis	34
5. Teknik Pengumpulan Data	34
6. Analisis Data	36
7. Teknik Keabsahan Data	37
BAB II GAMBARAN UMUM	39
A. Profil Radio KITA 94,3 FM	39
B. Visi dan Misi Radio KITA	41
1. Visi Radio KITA 94,3 FM	41
2. Misi Radio KITA 94,3 FM	42
C. Identitas Radio KITA 94,3 FM	42
D. Tujuan Radio KITA	43
1. Tujuan Umum	43
2. Tujuan Khusus	43
E. Aspek Program Siaran Radio KITA	44
1. Format Siaran	44

2. Program Unggulan Radio KITA	44
3. Segmentasi Pendengar	45
F. Struktur Organisasi Radio KITA 94,3 FM	46
1. Komisariss	47
2. Direktur	47
3. Manager Station	48
4. Kadiv.Produksi dan Editing	50
5. Kadiv.Program dan Teknis	51
6. Kadiv.Administrasi dan Keuangan	53
7. Staff Administrasi dan Keuangan	54
8. Editor	55
9. <i>Announcer</i> (Penyiar) dan Operator	56
10. Staff Produksi	58
11. Kadiv.Marketing dan ADM.Marketing	59
12. Administrasi Siaran	60
13. Administrasi IT	60
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
A. Strategi Komunikasi Radio KITA 94,3 FM.....	62
1. Strategi Penyiaran Radio	62
2. Strategi Memperoleh Pendengar	63
3. Strategi Pembentukan Kebiasaan (<i>Habit Formation</i>)	80
4. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (<i>Control of Audience Flow</i>)	83

5. Strategi Penyimpanan Sumber-sumber Program (<i>Conservation of Program Resources</i>)	89
6. Strategi Daya Penarik Massa (<i>Mass Appeal</i>)	95
BAB IV PENUTUP	101
A. Kesimpulan	101
B. Saran	101
C. Penutup	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel Penggolongan Isi Materi Siaran	5
Tabel Program Acara Radio KITA 94,3 FM	67



DAFTAR GAMBAR / BAGAN

Bagan Kerangka Pemikiran	32
Logo Radio KITA 94,3 FM	41
Struktur Organisasi Radio KITA 94,3 FM	46



ABSTRACT

This research aims to describe the communication strategy at da'wah broadcasting to gain listeners. Increased public awareness in participating in the more visible areas of development. This is proved and manifested in the expression in the field of communication and information with community radio establishment. the Government provides an opportunity to all citizens to play a role in the advancement of information and communication technologies. in general community radio run by locals, from broadcast to the resource when filler. Thus the content of the broadcast not far from a reflection as well as typical in those communities.

Broadcasting strategy theory used in this thesis is a theory of Susan Tyler evaluation of the programme broadcast in order to reach the goal that is gaining listeners.

Eastman, namely the compliance Strategy , strategy formation of habit, the strategy of controlling the Current Listener , Retention Strategies Program resources , Towing Power Strategy of mass.

As for the subject matter in this research is how the strategies undertaken by the management of the community radio KITA FM in doing his propaganda via radio that covers the overall scheduling, implementation until the stage of the

Keywords: strategic of communication, manajement radio KITA 94,3 FM

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang tersebar heterogen dan anonim melalui media cetak dan elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Unsur komunikasi massa diantaranya radio dan televisi. Perbedaannya, radio bersifat audio dan televisi bersifat audio visual, (Devinto,1990:22). Penyiaran radio lebih mengedepankan program yang menarik dengan memadukan berbagai unsur audio seperti lagu, kata, suara, penyiar dan lain-lain. Sehingga dapat menghasilkan program berkualitas yang dapat mempertahankan dan menarik minat pendengar.

Perkembangan radio di Cirebon tergolong sangat ketat sehingga dibutuhkan kemampuan untuk tetap menjaga pendengar agar tetap mendengar siaran. Penyiaran radio yang lebih mengedepankan program yang menarik dengan memadukan berbagai unsur audio seperti lagu, kata, suara penyiar, dan lain lain. Sehingga dituntut dapat menghasilkan program berkualitas yang dapat mempertahankan dan menarik minat pendengar.

Dakwah sekarang sudah berkembang menjadi satu segmentasi, sehingga menuntut *skill, planning*, dan manajemen yang handal. Untuk itu diperlukan sekelompok orang untuk secara terus menerus mengkaji, meneliti, dan meningkatkan aktifitas dakwah secara professional. Artinya, dakwah

harus dikemas sedemikian rupa agar mampu mempengaruhi persepsi masyarakat bahwa nilai-nilai ajaran islam lebih tinggi nilainya dari pada nilai-nilai lain. Seperti yang tertera dalam Surat An-nahl Ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya :

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. An-nahl:125

Kegiatan dakwah sering dipahami sebagai upaya untuk memberikan solusi terhadap berbagai masalah dalam kehidupan. Masalah kehidupan tersebut mencakup seluruh aspek, seperti aspek ekonomi, sosial, budaya, politik, sains, teknologi, dan sebagainya. Dalam pembangunan seperti sekarang ini dakwah harus menyesuaikan situasi dan kondisi yang semakin berubah ke arah yang lebih maju.

Keuntungan radio siaran bagi komunikasi adalah sifatnya santai, orang bisa menikmati program radio sambil makan, tidur-tiduran, bekerja sekalipun. Karena bersifat auditori. Radio lebih mudah dimanfaatkan orang untuk menyampaikan pesan dalam bentuk acara menarik (Effendy, 1990: 18-19)

Dengan ini, penulis memilih Radio KITA 94,3 FM untuk diteliti karena Radio KITA mempunyai keinginan dalam perubahan status dari radio komunitas ke radio komersial yang masih bernuansakan dakwah dalam mencari

pendengar. agar bisa berdiri sendiri tidak tergantung terhadap donatur dan bisa memperoleh frekuensi yang jelas. Sebagaimana visi yang disampaikan radio ini, “Menjadi Radio Dakwah yang Eksis ,Profesional, Terdepan, Mandiri serta menjadi radio dakwah, pendidikan, *entrepreneurship channel*”, dan radio ini pun sudah berizin dari Komisi Penyiaran Indonesia (daerah kota Cirebon), yang terakhir peneliti ingin radio ini dikenal di berbagai daerah sekitar Cirebon dan semua kalangan.

Dalam (arsip radio KITA), disebutkan bahwa pada dasarnya di kota Cirebon, masyarakatnya masih butuh informasi, hiburan, dan khususnya siraman rohani, sehingga masyarakat Cirebon membutuhkan pengetahuan agama melalui media radio karena Cirebon sebagai Kota religius sangat membutuhkan Radio Dakwah yang mendukung proses pembangunan dengan pembinaan aqidah yang lurus dan akhlak yang mulia. Terlebih saat ini di Kota Cirebon masih sangat jarang adanya radio dakwah.

Awal mula didirikannya radio ini adalah pada tahun 2007 radio KITA masih memegang status sebagai radio komunitas sampai pada tahun 2013 akhir dan kemudian sempat berhenti beberapa bulan dikarenakan ingin berganti posisi sebagai radio komersil tapi tetap dalam koridor dakwah yang lebih di akui oleh pemerintah. Di tahun ini pula, radio KITA beralih hak kepemilikan, sebelumnya saham di radio KITA milik donator dari yayasan Assunnah yaitu pada tahun 2007-2013 dan pada akhir tahun 2013 radio KITA beralih saham yang di pegang oleh para donatur dari dalam yayasan dan dari luar yayasan. Setelah mengalami perubahan kanal frekuensi dan uji kelayakan

siaran, pada tahun 2014 radio KITA diresmikan menjadi radio komersil oleh pemerintah Kota Cirebon.

Upaya mempertahankan adalah mengusahakan supaya tetap (tidak berubah dan sebagainya), (Poerdarminta 1982:992). Membiarkan pada keadaan yang semula, berusaha tetap mempertahankan jumlah pendengar pada setiap acaranya yang disiarkan secara *live* ataupun tidak tetap mendengarkan konsep acara radio KITA.

Sedangkan pendengar adalah orang yang mendengarkan radio sekaligus pihak yang paling penting dalam konteks komunikasi siaran. (Masduki, 2004:18). Tanpa pendengar maka sebuah radio akan mati suri. Sehingga berdasarkan definisi, upaya mempertahankan pendengar merupakan tanggungjawab bagi sebuah radio. Jumlah pendengar akan menjadi dasar untuk menentukan harga jual iklan yang akan dijual pada jasa iklan.

Dalam dokumentasi radio KITA jumlah pendengar radio KITA terbagi menjadi 2 bagian, yaitu secara *on air* dan *streaming online*. Untuk *on air* sendiri di peroleh berdasarkan data sms yang masuk, + mencapai 3000 pendengar. sedangkan untuk perolehan pendengar secara *streaming online* mencapai + 300 pendengar. Dalam perolehan pendengar, radio KITA belum menggunakan sistem survey dalam mengamati setiap pendengarnya melainkan langsung terjun ke lapangan untuk memperoleh pendengar.

Tabel Penggolongan Isi Materi Siaran

No	Materi Siaran	Presentasi	Jam	Menit	Keterangan
1	Pendidikan Islam	60.0 %	14.4	864	Perhari
2	Hiburan Qurani	15.0 %	3.6	216	Perhari
3	Informasi	05.0 %	1.2	72	Perhari
4	Iklan dan Layanan Masyarakat	20.0 %	4.8	288	Perhari
TOTAL		100.0 %	24	1440	Perhari

Sumber: Dokumentasi radio KITA 94,3 FM

Dengan uraian tabel di atas, terlihat bahwa materi siaran tentang pendidikan islam memiliki presentase paling besar. Hal ini menunjukkan bahwa program yang dimiliki oleh radio KITA memberikan informasi bermanfaat tentang kehidupan masyarakat beragama.

Dalam hal ini, Radio KITA sudah memiliki strategi memperoleh dan semakin berkembang dalam rangka mensyi'arkan nilai-nilai islam. Akan tetapi, Radio KITA belum mampu menempatkan diri dalam posisi yang sesuai dengan tantangan untuk mendapatkan peluang dari lingkungan diantara lembaga sejenisnya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui cara Radio KITA 94,3 FM mendapatkan strategi dalam memperoleh pendengar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian,

“Bagaimanakah strategi komunikasi Radio KITA 94,3 FM untuk memperoleh pendengar?”

C. Tujuan dan Manfaat penelitian

Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan Radio KITA untuk memperoleh pendengar.

Sedangkan manfaat yang diharapkan dari penelitian skripsi ini antara lain:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat menambah khasanah dan ilmu dalam bidang ilmu dakwah dan komunikasi dalam memajukan dakwah islam kepada masyarakat di sekitarnya.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan bagi para pelaku dakwah, baik secara perorangan maupun kolektif dalam merumuskan strategi yang paling tepat untuk mengatasi problematika dakwah yang ada di masyarakat khususnya melalui media radio.

D. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan studi kepustakaan, ada beberapa penelitian yang ada kaitannya dengan peneliti yang akan lakukan. Penelitian tersebut antara lain sebagai berikut:

1. *Studi Komparatif Tentang Program Penyiaran Dakwah Islam Di Radio POP FM dan Idola FM jepara*, oleh Nur Alfiana (2005)

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, menggunakan metode deskriptif analisis, dan *content analysis* yang dipadukan dengan metode komparatif. Pendekatannya menggunakan pendekatan indeksikalitas. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui bagaimana format siaran dakwah islam di radio POP FM dan Idola FM jepara dan tentang manajemen waktu siaran dakwah islam di radio POP FM dan Idola FM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio POP FM Jepara, yang mengklaim diri sebagai radio swasta berorientasi profit atau berdasarkan prinsip-prinsip komersial, artinya menjual usaha berupa waktu tayang (*air time*) dan iklan. Meskipun demikian secara aplikatif setidaknya radio ini dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif media dakwah yang kreatif. Hal ini dapat ditunjukkan dari program penyiaran agama islam program quate dan program lepas. Program quate terdiri dari: mutiara hadits, mutiara Al-Qur'an, tuntunan do'a, sholawat dan hikayat. Program lepas terdiri dari Ceramah Aa gym, setiap hari minggu pukul 04.30-05.30 di ambil dari kaset maupun CD. Dakwah yang disampaikan di Radio POP FM dan Idola FM lebih menitik beratkan pada dakwah lewat suara, sebagaimana pada aspek radio tidak bisa dilihat gambarnya. Bentuk dakwah di Radio POP FM dan Idola FM didominasi pola monologis, yang

bentuk dakwahnya bersifat satu arah dan tidak ada proses untuk memberi tanggapan kepada da'i secara langsung.

2. *Strategi Radio Komunitas Dalam Memperoleh Simpati Pendengar (Studi Pada Radio Komunitas Panagati Kelurahan Terban Kecamatan Gondokusuman)* oleh Astri Zanita, jurusan komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2008.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dan cakupannya masih sangat luas. Kurang rinci dalam menjelaskan pembuatan sebuah program radio. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Radio Komunitas Panagati menggunakan teori Eastman dalam memperoleh simpati pendengar. Eastman menyebutkan ada lima strategi penyiaran yaitu : pertama, strategi kesesuaian (*compability*) yaitu kesesuaian acara dengan kebutuhan pendengar. Kedua, strategi pembentukan kebiasaan (*habit formation*) yaitu membiasakan pendengar mengkonsumsi *adlibs* dan *rundown*. Ketiga, strategi pengontrolan arus dengar (*control of audiens flow*) yaitu menetapkan standar mutu program. Keempat, strategi penyimpanan sumber-sumber penyiaran (*conservation of program resources*) yaitu mengedepankan kreatifitas dalam menghasilkan sebuah produk. Kelima, strategi daya penarik massa (*mass appeal*) yaitu hal unik dan yang berbeda dari sebuah program radio.

3. Skripsi yang berjudul, *Dakwah Islam Melalui Media Radio (analisis terhadap program siaran dakwah islam di Radio CBS 95,9 FM Slawi)* oleh Kurniati 2006.

Teknik analisis yang dipakai dalam penulisan skripsi ini adalah teknik analisis induksi. Adapun hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa CBS 95,9 FM sebenarnya merupakan stasiun radio yang berorientasi profit tapi melakukan kegiatan dakwah juga melalui siarannya. Dalam melakukan peran dakwahnya Radio CBS 95,9 FM mengemasnya dengan berbagai cara. Dari segi penggarapan kreatifitas program siaran dakwahnya dikelompokkan dalam insert program, spesial program, dan regular program. Sedangkan dari bentuk format program siaran dakwah islam dapat digolongkan dalam format monologis, format dialogis, format musik dan format uraian yang di selingi musik.

Berdasarkan beberapa penelitian yang di sebut diatas, peneliti menjadikannya sebagai bahan perbandingan yang sudah teruji keshahihannya, maka peneliti lebih menitik beratkan pada kajian “Strategi Dakwah Radio KITA”

E. Landasan Teori

1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) di sini adalah komunikasi yang menggunakan media massa modern dalam proses penyampaian pesannya. Media massa tersebut dapat berupa surat kabar, televisi, radio atau film (Effendy, 2003:79). Sesuatu bisa di definisikan sebagai komunikasi massa jika memiliki hal-hal sebagai berikut (Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble dalam nurudin, 2013:8):

- a. Pengirim pesan atau komunikator memakai peralatan modern dalam menyebarkan pesannya kepada khalayak yang tersebar di berbagai tempat.
- b. Dalam menyebarkan pesan, komunikator berusaha membuat khalayak yang tidak kenal satu sama lain untuk mengerti pesan yang disampaikannya.
- c. Pesan yang disampaikan oleh komunikator bisa didapat dan diterima oleh banyak orang dan tidak ditujukan kepada beberapa pihak tertentu saja. Karena itu, pesan dalam komunikasi massa disebut sebagai pesan milik publik atau umum.
- d. Komunikator bukan merupakan individu melainkan berbentuk organisasi formal seperti ikatan, jaringan atau perkumpulan. Artinya, komunikator dalam komunikasi massa adalah lembaga. Lembaga sebagai komunikator biasanya berorientasi pada keuntungan.
- e. Komunikasi massa memiliki *gatekeeper* sebagai pengontrol isi pesan sebelum disiarkan oleh media massa. *Gatekeeper* adalah beberapa individu dalam lembaga tersebut yang bertugas untuk membatasi atau memperluas pesan yang akan disampaikan agar lebih mudah dimengerti oleh khalayak.
- f. Umpan balik atau *feedback* dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Khalayak tidak bisa langsung memberikan tanggapan terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Jika di simpulkan, komunikasi massa adalah mengkomunikasikan pesan dari lembaga yang bertindak sebagai komunikator secara serentak kepada sejumlah besar orang yang tersebar di berbagai tempat dan tidak saling mengenal dengan menggunakan media massa.

2. Radio Sebagai Media Komunikasi

Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Gelombang ini melintas, merambat lewat udara dan bisa merambat lewat ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut, seperti molekul udara. Gelombang radio adalah satu bentuk dari radiasi elektromagnetik, dan terbentuk ketika objek bermuatan listrik di modulasi (dinaikkan frekuensinya) pada frekuensi yang terdapat dalam frekuensi gelombang radio dalam spectrum elektromagnetik(<http://id.shvoong.com/social-sciences/communicationmedia-studies/pengertian-radio/>).

Menurut (Effendi, 1983:187) , radio siaran adalah pemancar radio yang langsung ditujukan kepada khalayak umum dalam bentuk suara dengan menggunakan gelombang radio sebagai media (<http://5martconsultingbandung.blogspot.com/2010/10/pengertian-radio.html>).

Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), murah, merakyat, bisa dibawa, dan didengarkan dimana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan ,dan hiburan.

Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi, sebab sebagai media yang buta, radio menstimulasi banyak suara, dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya. Siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar melalui kata dan suara, disebut *theatre of mind*, (Masduki, 2001:9). Radio identik dengan musik atau lagu sehingga dijadikan media utama dalam memperdengarkan musik atau lagu. Umumnya, musik merupakan kekuatan yang dimiliki stasiun radio untuk menarik pendengar. Misalnya, stasiun radio sengaja memilih format lagu pop agar para penikmat musik satu itu menjadi pendengar setia (Ningrum, 2007:6).

3. Faktor penunjang efektifitas siaran Radio

Radio siaran diberi julukan "*the fifth estate*" disebabkan daya kekuatannya dalam mempengaruhi khalayak. Ini disebabkan beberapa faktor yaitu:

a. Daya Langsung

Untuk mencapai sasarannya yakni pendengar, isi program yang akan disampaikan tidaklah mengalami proses kompleks. Daya langsung dari radio dapat langsung dirasakan kemanfaatannya oleh kita bangsa Indonesia, baik semasa revolusi maupun setelah kita merdeka sampai sekarang. Bandingkanlah pemberitaan oleh surat kabar dengan berita lewat radio. Pemberitaan surat kabar, harus disusun secara panjang, dikoreksi, dicetak, diangkut kepada agen-agen, dan dari agen baru disebarakan untuk pembaca. Sedangkan radio tidak

melalui proses banyak. Setiap berita dapat langsung disiarkan dan ditangkap para pendengar (Effendy, 1990:75).

b. Daya Tembus

Faktor lain Radio di anggap sebagai kekuatan kelima ialah daya tembus radio siaran, dalam arti tidak mengenal jarak dan rintangan. Selain waktu, jarak pun bagi radio siaran tidak menjadi masalah. Bagaimanapun jauhnya tempat yang dituju, dengan radio siaran dapat dicapai. Di Indonesia pendengar mudah menikmati siaran radio, kalau tidak cocok dengan siarannya pendengar bisa langsung memindahkan acara lainnya.

c. Daya Tarik

Faktor ketiga yang menyebabkan radio siaran mempunyai kekuatan, ialah daya tariknya yang kuat. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya serba hidup adanya tiga unsur, yakni :

- 1) Musik
- 2) Kata-kata
- 3) Efek suara

Dalam fungsinya sebagai sarana penerangan dan pendidikan, radio siaran dapat menyajikan warta berita atau ceramah-ceramah bermanfaat. Dalam hal ini orang-orang yang ingin mengetahui sesuatu dari surat kabar harus menumpahkan seluruh perhatiannya kepada deretan huruf yang tercetak mati sambil memegang surat kabar dengan kedua tangannya. Tidak demikian melalui radio siaran. Pendengar

dapat mendengarkan warta berita atau mengikuti siaran pandangan mata suatu upacara atau pertandingan olah raga dengan bebas dan leluasa seperti halnya dengan menikmati musik sambil makan, minum, atau mengemudikan mobil. Dari ketiga faktor itulah daya langsung, daya tembus, dan daya tarik menyebabkan radio diberi julukan “*the fifth estate*” (Effendy, 1990:76-79).

4. Keunggulan Radio

Keunggulan-keunggulan radio dibandingkan dengan media massa lainnya yang membuat radio tetap eksis hingga saat ini dan masa mendatang, keunggulan radio antara lain:

Cepat dan Langsung. Radio adalah sarana tercepat, lebih cepat dari koran ataupun televisi, dalam menyampaikan informasi kepada publik tanpa melalui proses rumit dan butuh waktu banyak seperti siaran televisi atau sajian media cetak. Hanya melalui telepon reporter radio, atau siapapun dapat secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang terjadi.

Hangat. Paduan kata-kata, musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengarnya. Orang-orang juga akan bereaksi atas kehangatan suara penyiar dan seringkali berpikir, bahwa penyiar adalah seorang teman (Romli, 2007:28).

Murah. Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau harga pesawat televisi, pesawat radio relatif jauh lebih murah. Pendengar

pun tidak dipungut bayaran untuk mendengarkan radio dan listrik yang digunakan pesawat radio tidak sebesar pesawat televisi.

Fleksibel. Siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktifitas yang lain seperti: mengemudi, belajar, dan membaca koran (Romli, 2007:29-30).

5. Kelemahan Radio

Kelemahan radio antara lain sebagai berikut:

Selintas. Siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan, apalagi kalau tidak terlalu kosen mendengarkannya. Pendengar tidak bisa mengulang apa yang di dengar, tidak bisa seperti pembaca koran bisa mengulang bacaan dari awal tulisan.

Batasan Waktu. Waktu siaran radio relative terbatas, hanya 24 jam sehari, berbeda dengan surat kabar bisa menambah jumlah halaman dengan bebas. Waktu 24 jam sehari tidak bisa ditambah menjadi 25 jam atau lebih.

Beralur Linier. Artinya, program siaran disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan atau program siaran yang sudah ada, tidak bisa meloncat-loncat. Berbeda dengan surat kabar, pembaca bisa langsung ke halaman tengah, akhir, atau ke rubric yang mereka sukai.

Mengandung Gangguan. Artinya, gangguan sinyal, seperti timbul-tenggelam, dan gangguan teknis atau tidak jernih (Romli, 2004:25).

6. Radio sebagai Media Dakwah

Menurut Syukir (1983: 163-164), media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah. Media dakwah ini dapat berupa barang (material), orang, tempat, kondisi tertentu, dan sebagainya. Dalam arti sempit, media dakwah dapat di artikan sebagai alat bantu dakwah. Sebagai alat bantu, media dakwah memiliki peranan atau kedudukan sebagai penunjang tercapainya tujuan dakwah. Artinya, sebenarnya proses dakwah tanpa adanya media dakwah masih dapat mencapai tujuannya. Namun sebagai sistem dakwah, media bukan hanya berperan sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai salah satu komponen dakwah yang memiliki peranan dan kedudukan sama dengan komponen-komponen lain, seperti subyek dakwah, obyek dakwah, materi dakwah, dan metode dakwah. Apalagi dalam penentuan strategi dakwah yang memiliki azas efektifitas dan efisiensi, peranan media dakwah menjadi tampak jelas pentingnya.

Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi sebagai bagian dari perkembangan kehidupan manusia, penggunaan media dakwah juga mengalami perkembangan. Media dakwah pada awalnya menggunakan media tradisional, kemudian berkembang menjadi lebih banyak variasinya dengan menggunakan sentuhan-sentuhan teknologi media massa modern, baik dengan media cetak (buku, koran, majalah, tabloid) maupun dengan media elektronik (radio, televisi, film, internet, dan sebagainya). Dari sekian banyak variasi hasil teknologi informasi dan

komunikasi yang dapat dipergunakan sebagai media dakwah diantaranya adalah media radio (media auditif).

Media auditif dalam pemahaman komunikatif merupakan alat komunikasi yang berbentuk hasil teknologi canggih dalam wujud *hardware*, media auditif dapat ditangkap melalui indra pendengaran. Perangkat auditif ini pada umumnya adalah alat-alat yang dapat dioperasionalkan sebagai sarana penunjang kegiatan dakwah. Penyampaian materi dakwah melalui media auditif ini menyebabkan dapat terjangkaunya sasaran dakwah dalam jarak jauh. Alat auditif ini efektif untuk kepentingan penyebaran informasi atau penyampaian kegiatan dakwah yang cenderung *persuasif*.

Dalam kegiatan dakwah keberadaan radio sangat penting dalam penyampaian materi dakwah dalam bentuk pidato dan ceramah. Pesawat radio dapat menjangkau pendengarnya dalam jarak jauh dan meluas. Oleh karena itu pesawat radio merupakan media yang efektif dalam penyampaian dakwah untuk semua kalangan. Kelebihan dakwah melalui radio terletak pada efektifitas dan efisiensi berdakwah. Hal ini nampak dari adanya bentuk sederhana tanpa harus bertemu antara da'i dan pendengarnya (Ghazali, 1997:36).

7. Strategi komunikasi Radio Dakwah

a. Strategi Komunikasi

Dalam konteks komunikasi, untuk menyusun strategi komunikasi ada empat faktor yang harus diperhatikan (Fajar,

2009:183). Pertama, mengenal khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha menciptakan komunikasi yang efektif. Mengingat dalam proses komunikasi, khalayak itu sama sekali tidak pasif, melainkan aktif. Sehingga antara komunikator dengan komunikan bukan saja terjadi saling hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi.

Kedua, menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian. Perhatian adalah pengamatan terpusat, karena itu tidak semua yang diamati dapat menimbulkan perhatian. Dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan.

Hal ini sesuai dengan *AA procedure* atau *from attention to action procedure*. Artinya, membangkitkan perhatian (*Attention*) untuk selanjutnya menggerakkan seseorang atau orang banyak melakukan kegiatan (*action*) sesuai tujuan yang dirumuskan. Dalam menentukan tema atau isi pesan yang dilontarkan kepada khalayak sesuai dengan kondisinya, dapat bersifat: *on side issue*, atau penyajian masalah yang bersifat sepihak, hanya segi positif atau hanya segi negative saja. *Both sides issue*, suatu permasalahan yang disajikan baik segi negatif maupun segi positifnya (<http://kampus.komunikasi.blogspot.com/>, akses 17/12/2015).

Ketiga, menetapkan metode, dalam hal ini metode penyampaian dapat di lihat dari dua aspek yaitu: menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk yaitu, metode *redundancy (repetition)* dan *canalizing*. Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal metode-metode: informatif, persuasif, edukatif, kursif.

Metode *redundancy (repetition)* adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ulang pesan pada khalayak. Metode *canalizing* yaitu mempengaruhi khalayak untuk menerima pesan yang disampaikan, kemudian secara perlahan-lahan merubah sikap dan pola pemikirannya ke arah yang kita kehendaki (Fajar, 2010: 199-200).

Sedangkan metode informatif, lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa: keterangan, penerangan, berita, dan sebagainya. Metode persuasif yaitu mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk. Dalam hal ini khalayak digugah baik pikiran maupun perasaannya.

Metode edukatif, memberikan sesuatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan dari segi kebenarannya dengan disengaja, teratur dan berencana, dengan tujuan mengubah tingkah laku manusia ke arah yang diinginkan. Metode kursif, mempengaruhi khalayak

dengan jalan memaksa tanpa memberi kesempatan berpikir untuk menerima gagasan-gagasan/idea-idea yang dilontarkan, dimanifestasikan dalam bentuk peraturan-peraturan, perintah-perintah, intimidasi-intimidasi, dan biasanya di belakangnya berdiri kekuatan tangguh.

Keempat yaitu pemilihan media komunikasi, karena untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang dipergunakan, karena masing-masing medium mempunyai kelemahan-kelemahannya tersendiri sebagai alat (Effendi, 1988: 42). Oleh karena itu pemanfaatan media radio sebagai alternatif strategi dakwah memerlukan perencanaan dan persiapan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor diatas agar memperoleh hasil yang optimal.

b. Strategi Penyiaran

Faktor yang paling penting dan menentukan keberhasilan suatu stasiun penyiaran radio dan televisi adalah program atau acara. Oleh karena itu, dalam upaya pencapaian target pendengar memerlukan 'programming' atau penata acara (Prayuda, 2005: 43). Penataan itu sendiri merupakan sebuah proses mengatur program termasuk penjadwalannya sehingga terbentuk station format dengan tujuan menciptakan *image* stasiun penyiaran radio.

Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu seiring semakin banyaknya stasiun penyiaran. Strategi program ditinjau dari aspek manajemen strategis, program siaran terdiri dari:

1) Perencanaan Program

Dalam industri penyiaran, perencanaan merupakan unsur terpenting, karena siaran memiliki pengaruh, dampak kuat dan besar. Maka dari itu memerlukan perencanaan matang dalam menggunakan data dan fakta selengkap-lengkapnyanya. Perencanaan meliputi: perencanaan produksi, dan pengadaan materi siaran yang disusun menjadi rangkaian mata acara harian, mingguan, dan juga bulanan, perencanaan saran dan pra sarana, serta perencanaan masalah administrasi (Triartanto, 2010: 96).

Pengelola program siaran harus mempertimbangkan empat hal ketika merencanakan program siaran yang terkait dengan: *product* artinya materi program yang disukai pendengar, *price* artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program, *place* artinya kapan waktu siaran yang tepat, *promotion* artinya bagaimana memperkenalkan dan menjual acara sehingga mendapat iklan dan sponsor (Morrisan, 2008: 201-202).

Perencanaan merupakan bagian dari standar operasional prosedur (SOP) produksi siaran yang harus dipatuhi setiap broadcaster. SOP meliputi:

- a) *Planning*. Perencanaan produksi paket siaran melalui diskusi kelompok oleh tim kreatif bersama para pelaksana siaran lainnya. Hasil planning berupa proposal yang memuat nama acara, target pendengar, tujuan dan target pendengar, penempatan siar, sumber materi kata-kata, musik, durasi, biaya produksi, promosi serta crew yang akan terlibat dalam produksi seperti produser, presenter, operator, dan penulis naskah.
- b) *Collecting*. Pencarian, pengumpulan materi musik dan data yang akan dibutuhkan, termasuk menghubungi calon narasumber. Hasil collecting berupa materi siaran yang memadai dan siap olah untuk produksi acara.
- c) *Writing*. Seluruh materi yang diperoleh kemudian diklasifikasikan untuk selanjutnya ditulis secara utuh dalam kalimat yang siap baca atau disusun sedemikian rupa yang dirangkai dengan naskah pembuka-penutup atau naskah selingan.
- d) *Vocal Recording*. Perekaman suara presenter yang membacakan naskah di ruang rekaman.
- e) *Mixing*. Penggabungan materi *vocal presenter* dengan berbagai jenis musik pendukung dan lagu oleh operator atau *mixermen* dengan perangkat teknologi analog atau digital sehingga menghasilkan paket acara yang siap siar. Proses ini dilakukan dengan memperhatikan standar kemasan setiap acara.

- f) *On air*. Penayangan acara sesuai jadwalnya yang telah direncanakan. Khusus untuk produksi siaran yang bersifat langsung (live), tidak perlu *vocal recorded* terlebih dahulu.
- g) *Evaluation*. Selesai siaran atau penyiaran paket acara dilakukan evaluasi bersama oleh tim produksi untuk pengembangan lebih lanjut. Evaluasi meliputi apa saja kelemahan materi, teknis, koordinasi tim dan sebagainya (Masduki, 2005: 46).

Menurut Onong Uchyana Effendi, perencanaan siaran dibagi kedalam tiga periode, yaitu:

- a) Rencana siaran bulanan, acara bulanan disusun hanya pada garis besarnya saja, yaitu berupa jenis program yang akan disiarkan seperti program hiburan, pendidikan, pemberitaan dan lain-lain. Jenis siaran ditentukan oleh staf siaran dalam sebuah pertemuan khusus yang membahas tentang kesempurnaan produksi siaran, melihat kekurangan-kekurangannya, dan menetapkan hal-hal yang akan memuaskan pendengar.
- b) Rencana siaran mingguan, merupakan penjabaran dari rencana siaran bulanan yang meliputi siaran selama tujuh hari. Judul, jenis, topic, dan penyelenggaraannya dicantumkan karena sudah pasti. Dicantumkan pula format penyaji acara, apakah akan disiarkan secara langsung (live) atau rekaman. Dalam rencana siaran mingguan dicantumkan nama-nama penyiar dan

operator untuk masing-masing acara, serta petugas pengganti bila berhalangan.

- c) Rencana siaran harian, dicantumkan secara rinci dan lengkap dari menit ke menit mulai dari pembukaan (opening) sampai penutup (closing) siaran. Rencana siaran harian merupakan pegangan penyiar dan operator. Dalam naskah itu tercantum judul acara, produser, jenis penyajian, nama penyiar dan operator hingga ke playlist lagu (Effendi, 1978: 123-125).

2) Produksi dan Pembelian Program

Produksi siaran merupakan keterampilan memadukan wawasan, kreatifitas, dan kemampuan mengoperasikan peralatan produksi. Program dapat diperoleh dengan cara membeli atau memproduksinya sendiri (*in-house production*). Membeli program dilakukan apabila stasiun penyiaran tidak memiliki peralatan produksi memadai namun memiliki ide untuk dikembangkan.

Program siaran di radio sangat banyak dan beragam kemasannya lima diantaranya adalah, produksi siaran berita dan informasi, iklan, jinggel, talk show, interaktif, info-hiburan (Masduki, 2005: 69).

Memproduksi suatu program siaran membutuhkan unsur-unsur daya tarik. Radio memiliki tiga unsur daya tarik yang melekat padanya, yakni:

- a) Kata-kata lisan (*spoken words*),

- b) Musik (*music*),
- c) Efek suara (*sound effect*).

Dengan dihiasi musik dan didukung efek suara, seperti suara binatang, hujan atau badai, mobil atau pesawat terbang, dan lain-lain, suatu acara yang membuat radio menjadi hidup. (Effendy, 2004: 107–108).

3) Eksekusi Program

Eksekusi mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan program sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan.

Menentukan jadwal penayangan suatu acara ditentukan atas dasar perilaku audien, yaitu rotasi kegiatan mereka dalam satu hari dan juga kebiasaan menonton televisi atau mendengarkan radio pada jam tertentu. Pada prinsipnya siaran radio dan televisi harus dapat menemani aktivitas apa pun.

Suatu program dapat disusun dengan runtut, rinci, dan terarah karena adanya panduan dalam operasionalisasi siaran yang disebut sebagai format clock, yaitu pola atau pedoman terhadap isi acara berbentuk diagram yang terdiri dari unsur-unsur isi/item materi siaran (*station call*), keterangan durasi ucapan penyiar, jumlah lagu, jumlah iklan, bentuk-bentuk insert, serta keterangan lainnya.

4) Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat diwujudkan oleh stasiun penyiaran. Menurut Peter Pringle yang dikutip Morrisan dalam hal pengawasan program, manajer program harus melakukan hal-hal sebagai berikut:

- a) Mempersiapkan standar program stasiun penyiaran
- b) Mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan standar stasiun dan peraturan perundangan yang berlaku
- c) Memelihara catatan (*records*) program yang disiarkan
- d) Mengarahkan dan mengawasi kegiatan staf departemen program
- e) Memastikan bahwa biaya program tidak melebihi jumlah yang sudah dianggarkan (Morissan, 2009: 315).

c. Tipologi Pendengar

Pendengar menurut Onong Uchjana Effendi adalah orang-orang yang menjadi sasaran komunikasi, baik dalam bentuk kelompok yang berkumpul di suatu tempat maupun dalam keadaan terpecah-pecah, tetapi sama-sama terikat perhatiannya oleh suatu pesan dari media massa.

Pendengar radio adalah pihak yang paling penting dalam konteks komunikasi siaran. Sehingga memahami jenis pendengar sangat penting.

1) Berdasarkan Kelas Ekonomi

Menurut perspektif ekonomi, pendengar adalah konsumen siaran. Pendengar mengkonsumsi sebuah produk siaran berdasarkan ketersediaan waktu dan akses yang mudah terhadap pesawat penerima siaran radio. Strata ekonomi sosial; A (kelas ekonomi atas), B (kelas ekonomi menengah), dan C (kelas ekonomi bawah)

2) Berdasarkan kelas sosial

Pendengar berdasarkan kelas sosialnya dibagi menjadi dua:

a) Kelas menengah ke atas

Pendengar yang memiliki pandangan jauh kedepan, memiliki wawasan yang luas, merasa terikat dengan kejadian yang dialami orang lain, berciri kota urban, berfikir rasional, percaya diri, mau mengambil resiko, dan memiliki selera yang beragam.

b) Kelas menengah kebawah

Pendengar jenis ini, memiliki pandangan terbatas untuk masa depan, wawasan sempit, memiliki ciri pedesaan, cara berfikirnya konkret dan tidak rasional (mistis), lebih terikat pada keamanan fisik dan selernya terbatas.

c) Berdasarkan interaktif/partisipasi

Ada beberapa jenis pendengar berdasarkan interaksinya pada sebuah Radio, yaitu:

(1) Pendengar Spontan

Orang yang mendengarkan radio secara tidak sengaja karena tidak berencana mendengarkan radio atau cara tertentu dan perhatiannya mudah beralih pada orang-orang tertentu. Contohnya orang dalam kendaraan umum (bis, angkot, taksi, dsb)

(2) Pendengar Pasif

Orang yang sering mendengarkan radio untuk mengisi waktu luang dan menghibur diri dengan menjadikan radio sebagai teman biasa. Misalnya, penjaga toko/warung makan.

(3) Pendengar Selektif

Orang yang mendengarkan radio pada jam dan acara tertentu, fanatik terhadap suatu acara tertentu dan menyempatkan diri untuk mendengarkan acara tersebut. Contoh, pendengar kajian dari narasumber, pemburu hadiah.

(4) Pendengar aktif

Orang yang selalu mendengarkan radio, acara apapun, dimana pun dan aktif melakukan interaksi melalui telepon, sms, *twitter*, *facebook*, *email*, dan lain-lain.

Pendengar jenis ini menjadikan radio sebagai sahabat utama dan tidak hanya di waktu luang untuk setia mendengarkan.

d. Strategi memperoleh pendengar

Menurut Susan Tyler Eastman (1985:10), strategi memperoleh pendengar yang digunakan dalam penyiaran untuk mendapatkan pendengar meliputi :

1) Strategi kesesuaian (*compability*)

Strategi kesesuaian meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Radio siaran harus membuat program yang sesuai dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya dan selalu berbeda-beda dari waktu ke waktu. Karena itu untuk menyesuaikan kondisi dan kebiasaan pendengar, perlu dilakukan pemilihan dan penjadwalan yang tepat.

2) Strategi pembentukan kebiasaan (*Habbit Formation*)

Pembentukan kebiasaan disini adalah membentuk kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi seksama. Oleh karena itu, penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin dan selalu menempatkan waktu yang sama pada jangka waktu tertentu.

Semakin lama waktu pendengar mengikuti program, maka akan semakin berdampak pula pemasangan iklan. Sehingga iklan

yang ada di Radio KITA harus memiliki keunikan, menyenangkan, dan menggunakan penyampaian dengan bahasa tutur pendengarnya.

3) Strategi pengontrolan arus pendengar(*Control of audience flow*)

Memaksimalkan pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan pendengar yang mengalir dari satu program ke program berikutnya, dan untuk meminimalkan pendengar mengalihkan saluran ke pihak pesaing. Hal ini dapat dilakukan dengan menyajikan program yang berbeda dengan radio lain (*countering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*).

4) Strategi penyimpanan sumber-sumber program (*conservation of program resources*)

Penyimpanan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar program bisa dipakai lagi suatu saat, tapi tentu saja dengan cara penyajian yang berbeda. Ketersediaan materi dan sumber daya lain sebagai pendukung program harus benar-benar diperhitungkan karena jam siaran yang terus menerus sepanjang hari. Diantaranya dengan mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan penyajian yang berbeda.

5) Strategi daya penarik massa (*Mass Appeal*)

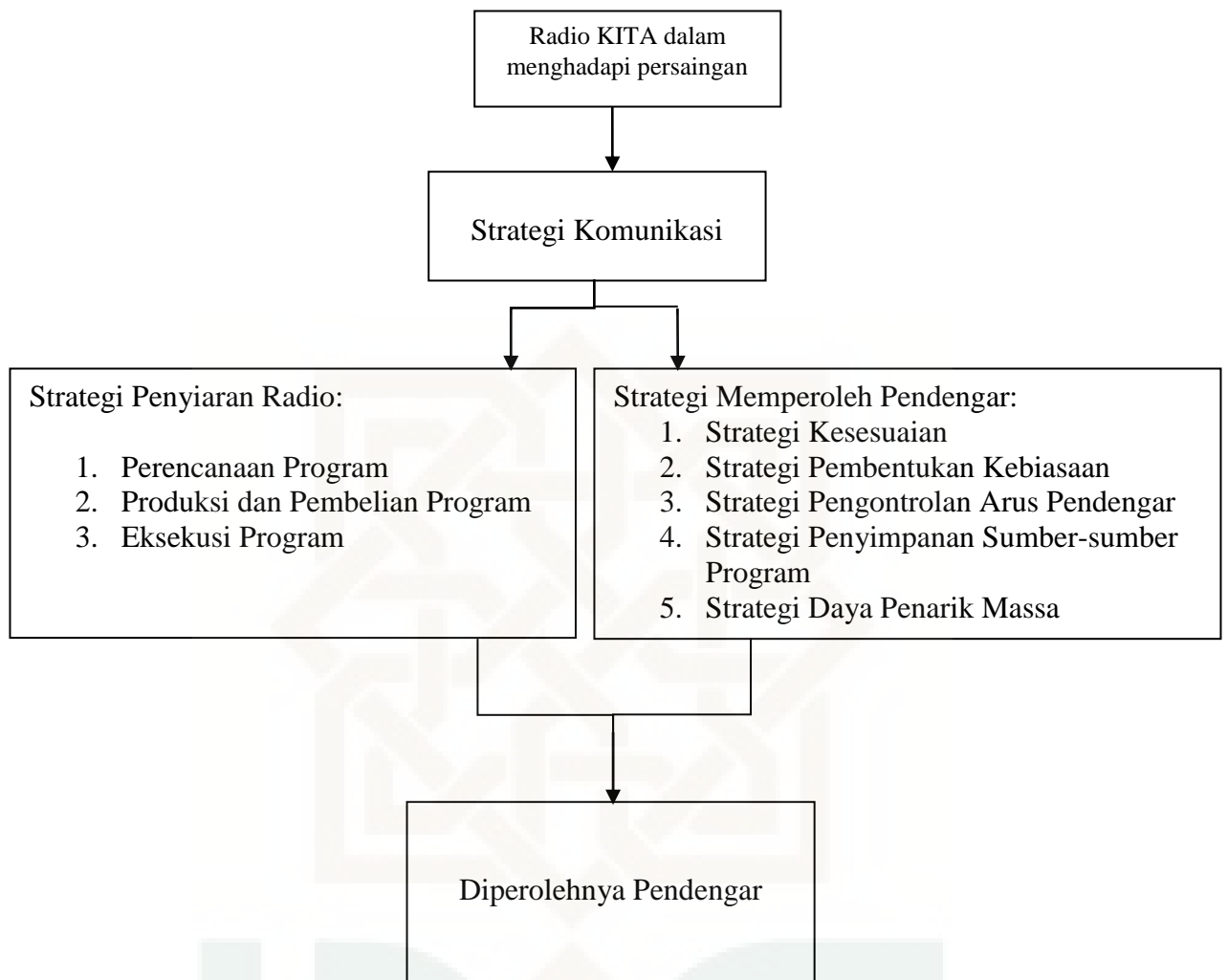
Daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan

cara semaksimal mungkin untuk menarik perhatian pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin dan sesuai dengan kebutuhan pendengar. Perbedaan minat dan hal yang disukai oleh pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran. sehingga semua dapat di akomodir dalam program yang di sajikan.

F. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori yang telah peneliti paparkan pada bagian sebelumnya, peneliti mencoba membuat kerangka pemikiran agar penelitian dapat dengan mudah berjalan pada fokus dan lajuan yang telah dibuat. Berikut kerangka yang peneliti coba sajikan, dengan menggunakan sebuah bagan sebagai berikut:





Sumber: Olahan Peneliti

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini merupakan jenis penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan perilaku yang dapat di amati (Moleong, 2002:4). Adapun spesifikasi dari penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau

karakteristik populasi bidang tertentu secara faktual dan cermat (Rakhmat, 2005:22)

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang memaparkan situasi atau peristiwa dan tidak berupaya mencari atau menjelaskan hubungan, tidak pula untuk menguji hipotesis ataupun membuat prediksi. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan karakteristik tentang populasi atau bidang tertentu.

Dengan metode inilah penulis akan memaparkan secara detail bagaimana strategi yang digunakan radio KITA dalam memperoleh pendengar yang berada di wilayah Cirebon dan sekitarnya.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini bersifat fleksibel, sehingga bisa dilakukan di kantor Radio KITA Assunnah 94,3 FM ataupun dalam majelis terbuka.

3. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian yang akan dilakukan adalah manajemen Radio KITA yang mana data-data diperoleh dari manajemen Radio KITA

b. Objek Penelitian

Objek penelitian yang difokuskan oleh peneliti adalah strategi radio KITA dalam memperoleh pendengar di Kelurahan Sunyaragi Kecamatan Kesambi, Kota Cirebon.

4. Unit Analisis

Berdasarkan beberapa pemaparan dari strategi yang dibuat dan beberapa teori yang sudah dikemukakan serta kerangka pemikiran yang telah peneliti buat, unit analisis dari penelitian ini adalah strategi dakwah yang di bangun radio yaitu meliputi beberapa hal dari tehnik penyiaran Radio KITA dengan menggunakan strategi komunikasi, strategi penyiaran radio, strategi kesesuaian (*compability*), strategi memperoleh pendengar yang mencakup: strategi pembentukan kebiasaan (*Habbit Formation*), strategi pengontrolan arus pendengar (*Control of Audience Flow*), strategi penyimpanan sumber-sumber program (*Conservation of program Resources*), strategi daya penarik massa (*Mass Appeal*).

5. Teknik Pengumpulan Data

Ada dua jenis data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini, yaitu: data primer dan data sekunder.

- a. Data Primer, data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. sumber data ini bias responden atau subjek riset dari hasil wawancara atau observasi (kriyantono, 2006:41).

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti sebagai data primer adalah sebagai berikut :

- 1) Wawancara

Wawancara mendalam secara umum dapat diartikan sebagai proses memperoleh keterangan atau penjelasan untuk tujuan penelitian dengan cara melakukan tanya jawab secara

bertatap muka antara pewawancara dengan informan berdasarkan pedoman wawancara (*interview guide*) ataupun mengalir dengan fokus yang telah ditentukan.

2) Observasi

Observasi merupakan kegiatan mengamati secara langsung suatu objek yang melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan subjek tersebut (Kriyantono, 2006:108). Serta melibatkan peneliti untuk ikut terjun langsung ke dalam ranah penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih jelas dan real.

3) Dokumentasi

Metode dokumentasi bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Kriyantono,2006:118). Metode pengumpulan data dokumentasi dapat dilakukan dengan cara pengumpulan dokumen pribadi dan dokumen resmi. Dokumen pribadi adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis dengan tindakan, pengalaman, dan kepercayaan dapat berupa buku harian, surat pribadi, dan otobiografi (Bungin, 2007:122-123).

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder (Kriyantono, 2006:42). Terdiri dari berbagai referensi pendukung penelitian lainnya yang berkaitan dengan

persoalan penelitian yang penulis teliti, seperti data tambahan dari buku, jurnal, situs, berita koran, dan majalah.

6. Analisis Data

Dalam melakukan analisis data yang ada, peneliti menggunakan 3 jalur analisis yaitu berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles dan Huberman, 1992) secara sederhana tiga tahap itulah yang nantinya akan menjadi pedoman dalam menganalisa data-data yang sebelumnya telah didapatkan dari subjek penelitian.

- a. Reduksi data, proses pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Dalam proses reduksi data perlu dilakukan secara terus menerus selama penelitian berlangsung.
- b. Penyajian data, peneliti akan melakukan penyajian apabila proses pengumpulan data dinyatakan selesai atau setidaknya mendekati selesai. Penyajian data ini merupakan proses pengumpulan informasi yang di susun berdasar kategori atau pengelompokkan yang diperlukan oleh peneliti.
- c. Penarikan dan pengujian kesimpulan, peneliti pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada atau kecenderungan dari display data yang telah dibuat. Peneliti harus mengkonfirmasi, mempertajam, atau mungkin merevisi kesimpulan-kesimpulan yang telah dibuat untuk

sampai pada kesimpulan final berupa proposisi-proposisi ilmiah mengenai gejala atau realitas yang diteliti.

7. Teknik Keabsahan Data

Di dalam pengujian keabsahan data, metode penelitian kualitatif menggunakan validitas internal (*credibility*) pada aspek kebenaran, pada penerapannya ditinjau dari validitas eksternal (*transferability*), dan realibilitas (*dependability*) pada aspek konsistensi, serta obyektivitas (*confirmability*) pada aspek naturalis (Sugiyono, 2014).

Triangulasi sumber, menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi teori dilakukan dengan menguraikan pola, hubungan dan menyertakan penjelasan yang muncul dari analisis untuk mencari tema atau penjelasan pembandingan. Secara induktif dilakukan dengan menyertakan usaha pencarian cara lain untuk mengorganisasikan data yang dilakukan dengan jalan memikirkan kemungkinan logis dengan melihat apakah kemungkinan-kemungkinan ini dapat di tunjang dengan data (Bungin, 2007:257). Maka penulis menggunakan metode triangulasi sumber dalam penelitiannya.

- a. Membandingkan data dari hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
- b. Membandingkan perkataan orang-orang di depan umum dengan perkataannya secara pribadi.
- c. Membandingkan perkataan orang-orang mengenai situasi penelitian dengan perkataan sepanjang waktu.

- d. Membandingkan keadaan dan sudut pandang seseorang dilihat dari latar belakang pendidikan, status ekonomi, dan status di masyarakat.
- e. Perbandingan antara hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bab sebelumnya telah penulis uraikan data-data serta analisa yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat tentang strategi radio KITA Cirebon, maka dalam hal ini peneliti akan membuat kesimpulan akhir dari hasil penelitian yang dilakukan selama kurang lebih dua bulan.

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini dilihat dari aspek-aspek strategi radio KITA adalah sebagai berikut:

1. Strategi kesesuaian (*compability*) adalah kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Untuk itu, radio KITA sangat memperhatikan setiap detail dari program. Agar mampu membuat program yang sesuai dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya dan selalu berbeda-beda dari waktu ke waktu. Karena itu untuk menyesuaikan kondisi dan kebiasaan pendengar, dilakukan pemilihan dan penjadwalan yang tepat.
2. Strategi pembentukan kebiasaan (*hobbit formation*). Pembentukan kebiasaan adalah membentuk kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi secara seksama. Oleh karena itu, penyajian setiap program acara di radio KITA dilakukan secara rutin dan selalu menempatkan waktu yang sama pada jangka waktu tertentu. Semakin lama waktu untuk pendengar mengikuti

program, maka akan semakin berdampak pula dalam pemasangan iklan. Sehingga iklan yang ada di radio KITA di tuntut untuk memiliki keunikan, kelelasan dan menggunakan penyampaian dengan bahasa tutur yang enak oleh pendengarnya.

3. Strategi pengontrolan arus pendengar (*control of audiens flow*). Pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan pendengar yang mengalir dari satu program ke program berikutnya, dan untuk meminimalisir pendengar mengalihkan saluran ke pihak pesaing, radio KITA mengantisipasi dengan menyajikan program yang berbeda dengan radio lain (*countering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan siaran radio lain (*blunting*).
4. Strategi penyimpanan sumber-sumber program (*conservation of program resources*). Penyimpanan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar program bisa dipakai lagi suatu saat nanti, tapi tentu saja dengan cara penyajian yang berbeda. Ketersediaan materi dan sumber daya lain sebagai pendukung program harus benar-benar diperhitungkan karena jam siaran yang terus menerus sepanjang hari. Hal ini juga diperhatikan oleh manajemen radio KITA. Diantaranya dengan mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan cara penyajian yang berbeda.
5. Strategi daya penarik massa (*mass appeal*). Daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara ini radio KITA memaksimalkan perhatian pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin dan

sesuai dengan kebutuhan pendengar. Perbedaan minat dan hal yang disukai pendengar juga diperhatikan oleh radio KITA. Sehingga semuanya dapat diakomodir dalam program yang disajikan.

Melalui beberapa program yang disajikan oleh pihak manajemen radio KITA yaitu materi program talkshow interaktif yang meliputi SMART (Satu Jam Meraih Taqwa), RUBRIK (Rangkuman Berita dan Informasi Baik), CURKOL Curhat dan Konsultasi), OTISTA (Obrolan Tentang Islam dan Seputar Kita), KALAM (Kajian Live Malam), MBR (Murottal By Request) dan program hiburan murottal tiap pagi, siang, dan malam mampu memenuhi kebutuhan pendengar akan informasi dan hiburan sehingga pendengar akan tetap mendengarkan rangkaian program siaran di radio KITA.

B. Saran

Setelah melihat keadaan yang ada pada manajemen radio KITA dan juga penelitian yang diperoleh dari beberapa data, dokumentasi dan wawancara yang dilakukan, penulis memiliki beberapa saran yang berkaitan dengan hasil penelitian ini, antara lain :

1. Untuk manajemen radio KITA : radio KITA kini sudah menjadi salah satu radio informasi yang berbasis pada ranah edukatif, informatif, dan religius. Sehingga penulis ingin memberikan masukan untuk divisi program teruslah bekerja dengan keras dan solid untuk membuat program-program ataupun event-event yang jauh lebih bermanfaat dan lebih menarik dari yang sudah-sudah.

2. Untuk divisi marketing teruskan melakukan pekerjaan sesuai dengan keinginan hati dengan menggunakan tahapan-tahapan marketing yang sudah dikerjakan selama ini.
3. Untuk crew Radio KITA : tetaplah menggunakan bentuk komunikasi yang solid seperti sekarang ini, tetap junjung tinggi nilai persaudaraan antara sesama.
4. Untuk pendengar radio KITA : tetaplah untuk selalu mendengarkan radio KITA karena banyak sekali ilmu-ilmu baru yang bisa didapatkan, serta menambah wawasan keislaman bagi para pendengar.

C. Penutup

Sebagai penutup, tidak ada kata yang pantas untuk penulis ucapkan kecuali ucapan Alhamdulillah, Puji Tuhan karena atas karunia, rahmat dan hidayah-Nya akhirnya skripsi ini dapat penulis selesaikan. Sholawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya. Namun didalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan program-program acara di Radio KITA 94,3 FM pada khususnya, juga untuk kemajuan di bidang *Broadcasting* pada umumnya. Akhirnya kepada Tuhan Semesta Alam Allah ‘Azza Wa jalla penulis berserah diri dengan memohon pertolongan dan petunjuk agar skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan para pembaca secara umum.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Departemen Pendidikan Nasional dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, cetakan ke-1 Jakarta, Jakarta: Balai Pustaka, 1998.
- Ghazali, M.Bachri, 1997, *Dakwah Komunikatif*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.
- Harley Prayudha, *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana Dan Praktik Penyiaran*, Malang: Bayu Media Publishing, 2004.
- Hafidhuddin, 1998. *Dakwah Aktual*, Jakarta: Gema Insani Press.
- J.B. Wahyudi, *Dasar-dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1996.
- Josept. A Devinto, Alih Bahasa Agus Maulana MSM, *Komunikasi Antar Manusia*, Bandung: Mandar Maju, 1990.
- Katsumi Shiraishi dalam Dian Ekawati, *Strategi Programming Pada Radio Show Segneted/StudiKasus Pada Program "Ichigo di Radio Swaragama 101.FM*, Skripsi, Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik UGM Yogyakarta, 2006.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Masduki, *menjadi broadcaster professional*, Bantul: Pustaka Populer LKIS, 2004.
- Michael.E.Poter, *Keunggulan Bersaing: Mempertahankan dan Menciptakan Kinerja Unggul*, Jakarta: Erlangga, 1993.
- Moeryanto Munthe, *Media Komunikasi Radio*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1996.
- Muriah, Siti. 2000. *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Onong Uchjana Effendi, *Kamus Komunikasi*, Bandung: Alumni, 1987.
- Susan Tyler Eastman, *Broadcast/cable programming: Strategies and Practices*, California: Wadsworth Publishing Company, 1985.

Syihata, Abdullah. 1986. *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Proyek Pembinaan Prasarana Dan Sarana Perguruan Tinggi Agama/ IAIN

Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: CV. AlIkhlas.

Tim Penyusun. *Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: BalaiPustaka, 1989.

SKRIPSI

Ariyanto, nur. 2010. "*Strategi Dakwah MTA Melalui Radio MTA 107, 9 FM*". Surakarta.

Prahara W, Alif. 2011. "*Strategi radio komunitas islam dalam memperoleh simpati pendengar (Studipada Radio Dais 107, 9 FM)*"

Zanita, Astri. 2008. "*Strategi Radio Komunitas Dalam Memperoleh Pendengar (Studi Pada Radio Komunitas Panagati Kelurahan Terban Kecamatan Gondokusuman)*". UIN SunanKalijaga. Yogyakarta

INTERNET

<http://kampus.komunikasi.blogspot.com/>, akses 11/05/2016

<http://id.shvoong.com/social-sciences/communicationmedia-studies/-pengertian-radio>

<http://5martconsultingbandung.blogspot.com/2010/10/pengertian-radio.html>

LAMPIRAN

DOKUMENTASI KEGIATAN



NAMA PERUSAHAAN:

PT. RADIO WAHANA BEWARA SUARA

PANGGILAN UDARA:

KITA FM

FREKUENSI:

FM 94.3 MHz

CALL SIGN:

PM3FLX

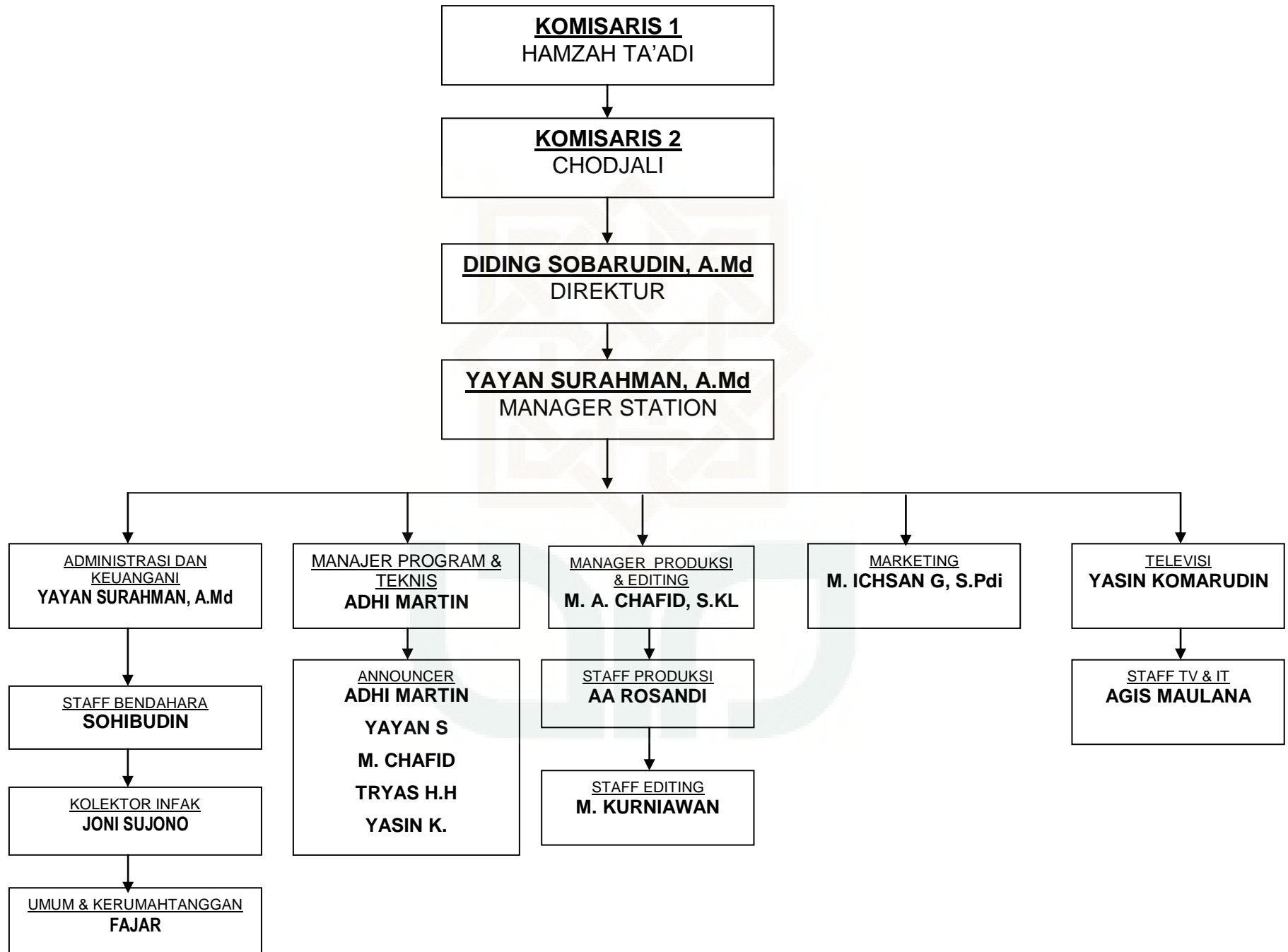
IZIN STASIUN RADIO (ISR):

01603012 – 000SU/2020132014

IZIN PENYELENGGARAAN SIARAN(IPP):

915 / KEP / M. KOMINFO / 09 / 2013

STRUKTUR ORGANISASI RADIO KITA FM - 2016



Ahad

- 05.00-05.30 Murottal & Do'a dan Dzikir Pagi Hari
05.30-06.30 Kajian Tematik (Ust. Muhammad Toharo, Lc) – LIVE
06.30-07.00 Murottal Anak & Do.a Anak Sholeh
07.00-08.00 NGOPI (Ngobrol pagi & Sharing Informasi)
08.00-09.00 Semangat Pagi Anak-Anak
09.00-09.30 UKM
09.30-10.00 Yuk Tanya Ustadz
10.00-10.30 Salam Polisi
10.30-11.00 Sajian Tematik
11.00-11.30 Sajian Tematik
11.30-12.00 Hiburan Qolbu
12.00-12.30 Adzan Sholat Dzuhur & Murottal Al Quran Terjemah
12.30-13.00 Lensa Islam & Sosial Kita
13.00-14.00 Adab & Ahlaq
14.00-14.30 Pengusaha Muslim
14.30-15.00 Termuda
15.00-16.00 Murottal Juz 30 Terjemah / Do'a dan Dzikir Sore Ha
16.00-17.00 Dialog Pertanian
17.00-18.00 Silsilah Do'a & Dzikir
18.00-18.30 Mutiara Hadits
18.30-19.00 Fataawa
19.00-20.00 Lensa Islam
20.00-21.30 Bimbingan Islam
21.30-22.00 Perjalanan Bersama Al Quran
22.00-23.00 Murottal By Request Malam
01.00-05.30 Murottal Al Quran Terjemah, Ceramah Singkat, Jeda

Senin

- 05.00-05.30 Murottal & Do'a dan Dzikir Pagi Hari
05.30-06.30 Meniti Jejak Rosul
06.30-07.00 Murottal Anak & Do.a Anak Sholeh
07.00-08.00 NGOPI (Ngobrol pagi & Sharing Informasi)

08.00-09.00 Cerpen Kita
09.00-09.30 Peluang Usaha
09.30-10.00 Yuk Tanya Ustadz
10.00-10.30 Fiqh Do'a & Dzikir – Pendidikan Anak
10.30-11.00 Fiqh Do'a & Dzikir – Pendidikan Anak
11.00-11.30 Perjalanan Bersama Al Quran
11.30-12.00 Hiburan Qolbu
12.00-12.30 Adzan Sholat Dzuhur & Murottal Al Quran Terjemah
12.30-13.00 Lensa Islam & Sosial Kita
13.00-14.00 Ceramah B.Sunda
14.00-14.30 Aqidah
14.30-15.00 Termuda
15.00-16.00 Murottal Juz 30 Terjemah / Do'a dan Dzikir Sore Ha
16.00-17.00 Sabda Rosul
17.00-18.00 Silsilah Do'a & Dzikir
18.00-18.30 Hak Dalam Islam
18.30-19.00 Hak Dalam Islam
19.00-20.00 Lensa Islam
20.00-21.30 Fiqh Keluarga
21.30-22.00 Perjalanan Bersama Al Quran
22.00-23.00 Murottal By Request Malam
01.00-05.30 Murottal Al Quran Terjemah, Ceramah Singkat, Jeda

Selasa

05.00-05.30 Murottal & Do'a dan Dzikir Pagi Hari
05.30-06.30 Islam Pedia
06.30-07.00 Murottal Anak & Do.a Anak Sholeh
07.00-08.00 NGOPI (Ngobrol pagi & Sharing Informasi)
08.00-09.00 Fiqh Muamalah
09.00-09.30 Fiqh Muamalah
09.30-10.00 Kisah Suskes
10.00-10.30 Salam Polisi

10.30-11.00 Tanaman Obat Di Sekitar Kita
11.00-11.30 Tanaman Obat Di Sekitar Kita
11.30-12.00 Hiburan Qolbu
12.00-12.30 Adzan Sholat Dzuhur & Murottal Al Quran Terjemah
12.30-13.00 Lensa Islam & Sosial Kita
13.00-14.00 Menata Hati (Ust. Tata. A.G) – LIVE
14.00-14.30 Tips Trik Usaha
14.30-15.00 Termuda
15.00-16.00 Murottal Juz 30 Terjemah / Do'a dan Dzikir Sore Ha
16.00-17.00 Perisai Muslim
17.00-18.00 Cirebon Sae
18.00-18.30 Perangkap Iblis
18.30-19.00 Perangkap Iblis
19.00-20.00 Lensa Islam
20.00-21.30 Islam Pedia
21.30-22.00 Perjalanan Bersama Al Quran
22.00-23.00 Murottal By Request Malam
01.00-05.30 Murottal Al Quran Terjemah, Ceramah Singkat, Jeda

Rabu

05.00-05.30 Murottal & Do'a dan Dzikir Pagi Hari
05.30-06.30 Pondasi Imani
06.30-07.00 Murottal Anak & Do.a Anak Sholeh
07.00-08.00 NGOPI (Ngobrol pagi & Sharing Informasi)
08.00-09.00 Cerpen Kita
09.00-09.30 Tips Trik Usaha
09.30-10.00 Yuk Tanya Ustadz
10.00-10.30 Solusi Sehat
10.30-11.00 Solusi Sehat
11.00-11.30 Solusi Sehat
11.30-12.00 Hiburan Qolbu
12.00-12.30 Adzan Sholat Dzuhur & Murottal Al Quran Terjemah

12.30-13.00 Lensa Islam & Sosial Kita
13.00-14.00 Menata Hati
14.00-14.30 UKM
14.30-15.00 Termuda
15.00-16.00 Murottal Juz 30 Terjemah / Do'a dan Dzikir Sore Ha
16.00-17.00 Bahasa Arab
17.00-18.00 Aqidah
18.00-18.30 Tafsir Al-Quran
18.30-19.00 Tafsir Al-Quran
19.00-20.00 Tafsir Alquran
20.00-21.30 Islam Pedia
21.30-22.00 Perjalanan Bersama Al Quran
22.00-23.00 Murottal By Request Malam
01.00-05.30 Murottal Al Quran Terjemah, Ceramah Singkat, Jeda

Kamis

05.00-05.30 Murottal & Do'a dan Dzikir Pagi Hari
05.30-06.30 Shahih Bukhari
06.30-07.00 Murottal Anak & Do.a Anak Sholeh
07.00-08.00 NGOPI (Ngobrol pagi & Sharing Informasi)
08.00-09.00 Cerpen Kita
09.00-09.30 UKM
09.30-10.00 Yuk Tanya Ustadz
10.00-10.30 Tau Gak Sih
10.30-11.00 Tau Gak Sih
11.00-11.30 SAJIAN TEMATIK
11.30-12.00 Hiburan Qolbu
12.00-12.30 Adzan Sholat Dzuhur & Murottal Al Quran Terjemah
12.30-13.00 Lensa Islam & Sosial Kita
13.00-14.00 Pendidikan Anak
14.00-14.30 Usaha Kuliner
14.30-15.00 Termuda

15.00-16.00 Murottal Juz 30 Terjemah / Do'a dan Dzikir Sore Ha
16.00-17.00 Akhlaq Muslim Sejati
17.00-18.00 Siroh Nabi
18.00-18.30 Mutiara Hadits
18.30-19.00 Fataawa
19.00-20.00 Lensa Islam
20.00-21.30 Pondasi Imani
21.30-22.00 Perjalanan Bersama Al Quran
22.00-23.00 Murottal By Request Malam
01.00-05.30 Murottal Al Quran Terjemah, Ceramah Singkat, Jeda

Jumat

05.00-05.30 Murottal & Do'a dan Dzikir Pagi Hari
05.30-06.30 Shahih Bukhari
06.30-07.00 Murottal Anak & Do.a Anak Sholeh
07.00-08.00 NGOPI (Ngobrol pagi & Sharing Informasi)
08.00-09.00 Arba'inat
09.00-09.30 Arba'inat
09.30-10.00 Fiqh Muamalah
10.00-10.30 Menggapai Hidayah
10.30-11.00 SAJIAN TEMATIK
11.00-11.30 SAJIAN TEMATIK
11.30-12.00 Murottal Al Kahfi
12.00-12.30 Adzan Sholat Dzuhur & Murottal Al Quran Terjemah
12.30-13.00 Lensa Islam & Sosial Kita
13.00-14.00 Riyadusholihin
14.00-14.30 Peluang Usaha
14.30-15.00 Termuda
15.00-16.00 Murottal Juz 30 Terjemah / Do'a dan Dzikir Sore Ha
16.00-17.00 Islampedia
17.00-18.00 Siroh Sahabat
18.00-18.30 Mutiara Hadits

18.30-19.00 Fataawa
19.00-20.00 Lensa Islam
20.00-21.30 Tahsin Quran
21.30-22.00 Perjalanan Bersama Al Quran
22.00-23.00 Murottal By Request Malam
01.00-05.30 Murottal Al Quran Terjemah, Ceramah Singkat, Jeda

Sabtu

05.00-05.30 Murottal & Do'a dan Dzikir Pagi Hari
05.30-06.30 Cerpen Kita
06.30-07.00 Murottal Anak & Do.a Anak Sholeh
07.00-08.00 NGOPI (Ngobrol pagi & Sharing Informasi)
08.00-09.00 Arba'inat
09.00-09.30 Usaha Kuliner
09.30-10.00 Yuk Tanya Ustadz
10.00-10.30 Salam Cirebon
10.30-11.00 KonKes Kandungan
11.00-11.30 KonKes Kandungan
11.30-12.00 KonKes Kandungan
12.00-12.30 Adzan Sholat Dzuhur & Murottal Al Quran Terjemah
12.30-13.00 Lensa Islam & Sosial Kita
13.00-14.00 Adab Menuntut Ilmu
14.00-14.30 Fiqh Muamalah
14.30-15.00 Termuda
15.00-16.00 Murottal Juz 30 Terjemah / Do'a dan Dzikir Sore Ha
16.00-17.00 Konkes Umum
17.00-18.00 Pendidikan Anak
18.00-18.30 Adab
18.30-19.00 Fataawa
19.00-20.00 Lensa Islam
20.00-21.30 OBRAS
21.30-22.00 Perjalanan Bersama Al Quran

22.00-23.00 Murottal By Request Malam

01.00-05.30 Murottal Al Quran Terjemah, Ceramah Singkat, Jeda



INTERVIEW GUIDE

Bagaimana penjadwalan program yang dilakukan radio KITA?

Saat ini jam siaran Radio Kita full selama 24 jam, namun untuk program LIVE studio hanya dari pukul 05.30 – 23.00 WIB. Kebanyakan program di Radio Kita terbagi dalam 3 bagian waktu, yaitu program 30 menit, program 60 menit dan program 90 menit.

Untuk program 30 menit biasanya kami sediakan untuk penayangan program feature, informasi dan berita.

Program 60 menit dan 90 menit untuk program talkshow live interaktif.

Selama sepekan kita jadwalkan secara rutin.

Bagaimana radio KITA memilih tipe program yang sesuai dengan kondisi dan kebiasaan pendengar?

Semua program acara radio Kita selalu menyesuaikan dengan kondisi dan kebiasaan pendengar, untuk sesi Talkshow Interaktif kami plotkan di 4-5 tempat, Pagi pukul 05.30 – 06.30, Siang 14.00-15.00, Sore 16.00-17.00, 17.00-18.00 dan 20.00-21.30, ada juga program penyajian informasi umum setiap pagi pukul 07.00-08.00 untuk menemani aktivitas pagi para pendengar dan Request Murottal pukul 22.00-23.00 untuk menemani waktu istirahat pendengar.

Apa pokok masalah dalam membuat program untuk memenuhi kebutuhan khalayak pendengar?

Sebenarnya karena format Radio Kita adalah hiburan dan pendidikan Islami, maka kami selalu fokuskan semua program kami selalu memiliki nilai manfaat bagi para pendengarnya. Namun kami selalu fokuskan semua program kami untuk para pendengar awam yang mereka haus akan ilmu terkait syari'at Islam sehingga secara tidak langsung para pendengar bisa sama-sama belajar dari apa yang disajikan dalam program-program kami tersebut. Sebelum kami launching sebuah program kami rapatkan terlebih dulu dan juga merujuk kepada rekomendasi dan hasil survey/polling baik melalui angket atau media yang lainnya.

Bagaimana cara radio KITA agar programnya terbiasa di dengar oleh khalayak?

Kita selalu membuat iklan promo untuk setiap program dan kita selalu putarkan secara terjadwal agar para pendengar menjadi hafal dan bisa gabung untuk menyimak dan berpartisipasi dalam program acara tersebut.

Bagaimana proses penyajian setiap program acara?

Pada intinya program kami terdiri dari program LIVE dan rekaman. Untuk LIVE biasanya kita siapkan terlebih dulu materinya dan akan dibahas bersama narasumber, materi disini bisa saja merupakan materi yang diambil dari satu buku yang dibahas berkelanjutan, atau pembahasan tematik yang tiap pekannya selalu berbeda-beda tema yang disajikannya. Ketika LIVE biasanya disertai juga dengan interaktif dengan pendengar baik melalui telepon ataupun melalui SMS/Whatsapp.

Program acara apa saja yang dilakukan berulang kali secara rutin?

Program LIVE Interaktif Talkshow dan Konsultasi Islam disiarkan secara rutin setiap hari, misal Program SMART (Satu Jam Meraih Taqwa) dihadirkan setiap harinya namun yang berbeda adalah materi dan narasumbernya. Begitu juga dengan program-program yang lainnya. Bisa merujuk kepada Jadwal.

Bagaimana cara radio KITA memaksimalkan program?

Selain dengan iklan promo program acara, kita juga biasa mengadakan quiz dan mengajak serta para pendengar untuk berpartisipasi dalam program acara Radio Kita.

Bagaimana cara meminimalisir pendengar untuk beralih ke saluran pihak pesaing?

Radio dengan format hiburan dan pendidikan Islami sangatlah jarang di Cirebon, kompetitor kita hampir semua dari genre radio musik dan hiburan walaupun di radio kompetitor ada juga muatan pendidikan dan agamanya tapi tidak seintens radio Kita yang fokus pada pendidikan dan Islam. Hiburan yang kami sajikan juga hanya berupa tilawah alquran yang tentunya merupakan hiburan yang sifatnya abadi dan Insya Allah tidak akan membuat bosan yang mendengarkannya. Jadi kita sebenarnya sudah punya pendengar yang tertarget, namun memang jika ada radio lain dengan genre yang sama dengan kita pun tentunya kita akan bersikap positif dan tentunya akan

menjadikan Radio Kita menjadi lebih baik lagi sehingga para pendengar akan tetap setia dengan Radio Kita.

Bagaimana cara radio KITA menyediakan materi dan sumber daya dalam upaya mendukung suatu program?

Materi yang kita siapkan berasal dari kitab para Ulama, baik itu Ulama terdahulu atau Ulama yang berada di zaman sekarang. Semuanya bersumber kepada Al Quran dan Assunnah yang sesuai dengan pemahaman generasi para Sahabat dan generasi sesudahnya yang Soleh. Dan penyajiannya pun jika itu disampaikan secara LIVE maka kami selalu didampingi oleh para narasumber/Ustadz yang berkompeten. Para Asatidz/Narasumber kita sebagian besar lulusan dari Madinah dan juga Universitas Islam yang berkompeten. Jadi Insya Allah dalam penyampaian materi kami selalu disajikan ilmiah dan tidak sembarangan.

Bagaimana cara pengemasan program yang di ulang agar kelihatan berbeda?

Ada beberapa program yang kita ulang namun disajikan dengan format yang lain. Misalkan Sajian Tematik merupakan poin-poin kajian rekaman yang kami angkat dengan ditambah narasi dan efek suara, ada juga Yuk Tanya Ustadz yang merupakan pengulangan dari sesi tanya jawab yang kita potong-potong dan dihantarkan kembali oleh penyiar. Intinya kita memiliki tim produksi dan editing yang akan mengemas program-program kami secara kreatif.

Darimana sumber-sumber pendukung program yang terdapat pada radio KITA?

Interview langsung yang direkam dengan narasumber yang kita butuhkan, misal dengan para pengusaha, Polisi, masyarakat secara umum, dll. Dan juga kami ambil dari internet, Web Islam yang menyajikan artikel –artikel seputar keislaman, Youtube, Situs-situs gratis yang membagikan rekaman kajian-kajian Islam, Murottal Alquran dll.

Bagaimana cara memperhitungkan program acara yang disiarkan secara terus menerus?

Pada dasarnya setiap program yang kami siarkan secara terus menerus, baik itu program live atau rekaman adalah rangkaian materi yang kami sajikan untuk memberikan variasi dan khazanah keilmuan pendengar. Program yang sama setiap harinya namun dalam hal materi dan

narasumbernya kami bedakan. Program yang disiarkan secara terus menerus setiap hari disebut daily program.

Darimana keuntungan yang di dapat oleh radio KITA?

Seharusnya pendapatan/keuntungan inti radio itu dari Iklan, dan Alhamdulillah Radio Kita saat ini karena sudah memiliki izin resmi boleh untuk menyiarkan iklan komersial. Namun sampai saat ini potensi iklan on air masih kurang signifikan, dan hanya bisa menopang kurang lebih 20% biaya operasional. Karena radio Kita pada dasarnya adalah radio non komersial/non profit maka sampai saat ini kami masih dibantu donasi dari para donatur.

Dukungan apa saja yang diberikan terhadap suatu program agar berjalan dengan lancar?

Materi yang dibutuhkan oleh pendengar, Narasumber yang berkompeten dan bisa rutin hadir di setiap program, penyiar yang disukai pendengar, peralatan teknis yang berjalan stabil dan lancar.

Bagaimana cara radio KITA membedakan minat dan hal yang disukai oleh pendengar?

Radio Kita merupakan radio untuk semua kaum muslimin dan bukan untuk komunitas tertentu. Kami tidak membedakan pendengar berdasarkan minat, hobi atau hal tertentu yang disukai oleh pendengar, kami ingin menyatukan para pendengar di atas ilmu dan kebenaran yang hakiki yang sumbernya dari Al-Quran dan Assunnah. Adapun kecenderungan pendengar terhadap pembahasan tertentu, tentunya kami jembatani dengan menghadirkan program-program yang beragam yang tentunya bisa mewakili minat semua pendengar.

Bagaimana pengelolaan Radio KITA yang baik supaya banyak pendengarnya?

Karena Radio Kita merupakan radio dakwah Islam yang mengedepankan keilmiyahan, maka dari itu kami selalu membuat program acara yang menomorsatukan manfaat ilmu secara menyeluruh kepada semua pendengarnya. Sehingga masyarakat percaya bahwa radio kita selalu menyampaikan sesuatu yang Insya Allah selalu sesuai dengan Syariat Islam yang bersumber dari Al-Quran dan Assunnah sesuai dengan pemahaman para Salaf (Generasi terdahulu, para Sahabat, Tabi'in dan Tabi'ut Tabi'in) yang Salih. Dan mereka alhamdulillah senang dengan setiap program acara radio Kita dan berusaha mengajak yang lainnya untuk ikut serta mendengarkan radio Kita juga.

Apa saja yang dilakukan oleh pihak manajemen radio untuk memperoleh pendengar?

Dengan menyajikan program acara yang berkualitas dan mengedepankan keilmiyahan, mengadakan quiz, temu pendengar, membuka sesi tanya jawab yang seluas-luasnya sehingga mereka bisa berkonsultasi dan bertanya mengenai masalah agama atau juga materi lainnya kepada narasumber secara langsung di setiap program acara radio kita.

Menurut anda seberapa besar pengaruh iklan terhadap radio?

Iklan memang menjadi salah satu bentuk pendapatan dari radio yang bisa menunjang operasional kita sehari-hari, namun saat ini kita memang membatasi untuk sumber iklan yang masuk sehingga tidak setiap produk/jasa yang bisa diiklankan di radio Kita. Saat ini peranan iklan di Radio kita baru bisa memberikan kontribusi untuk pemasukan sebesar 20% saja dari seluruh kebutuhan operasional. Sisanya masih dipenuhi oleh donasi dari donatur tetap (rutin) dan tidak tetap (non rutin) kami.

Bagaimana cara menyampaikan materi program yang sesuai dengan kebutuhan pendengar?

Sebenarnya semua materi yang kami sajikan memfokuskan diri kepada penyebaran Ilmu yang shahih dari AlQuran dan Assunnah, namun tentunya karena radio Kita ini ditujukan untuk masyarakat kaum muslimin secara umum, maka kami senantiasa memilih materi untuk pemula yang kami sajikan untuk para pendengar kami, yang pada prinsipnya apa yang kami hadirkan selalu dalam konteks materi yang ringan, namun tentunya merupakan pondasi awal bagi setiap

muslim, semisal aqidah, manhaj (tata cara dan metode beragama), cara belajar alquran, belajar bahasa arab untuk pemula, fiqh, tafsir dll. Narasumber selalu menyampaikan materi dengan bahasa yang mudah difahami, lugas dan tidak bertele-tele, dan jawaban-jawaban dari setiap narasumber selalu disertai dengan dalil-dalilnya.

Apakah teknik yang diterapkan di Radio KITA dalam acara dakwah sesuai harapan pihak radio ?

Semua materi yang kita hadirkan selalu dalam koridor dan bermuatan dakwah. Tapi yang pastinya selalu kita sampaikan dengan bahasa yang santun, tapi tetap mengedepankan dalam koridor ilmiah dan berdasarkan dalil. Dan kita selalu berharap program yang kita sajikan bisa menambah ilmu dan wawasan keislaman para pendengar sehingga tingkat ilmu mereka meningkat, bisa berlanjut untuk menuntut ilmu di majelis-majelis (tidak hanya mendengar di radio).

Mengapa Radio KITA dulunya AM sekarang diganti FM ? alasannya apa?

Dari dulu kita berjalan di FM, bedanya dulu berada di jalur radio komunitas, adapun sekarang di jalur resmi swasta. Dengan mengantongi izin resmi swasta dari Pemerintah tentunya insya Allah ruang lingkup dakwah kita makin luas dibanding ketika masih berada di jalur komunitas.

Bagaimana standar mutu program, pengawasan dan evaluasi program?

Dalam merumuskan suatu program acara, sebelum launching kita selalu adakan rapat dan riset program terlebih dulu dengan menyesuaikan kebutuhan para pendengar. Selanjutnya ketika sedang berjalannya siaran kita selalu mematuhi rambu-rambu siaran yang ada, yang merujuk kepada P3 SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standard Program Siaran) yang diterbitkan oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) yang pada intinya kita senantiasa menjaga agar siaran kita selalu berusaha menciptakan situasi dan kondisi yang kondusif dan menjaga keamanan dan ketertiban bermasyarakat. Di Radio Kita juga ada divisi Editing dimana kita selalu mengedit seluruh materi siaran kita sebelum di siarkan secara langsung kepada pendengar, dan juga selalu ada QC (Quality control) yang biasanya ditangani oleh para Ustadz narasumber di Radio Kita. Setelah itu setiap 3 bulan sekali kita adakan evaluasi program

Faktor-faktor internal apa saja yang menyebabkan sebuah radio bisa collapse?

- **Keuangan**
Dengan tidak sehatnya faktor keuangan sehingga tidak bisa memenuhi semua kebutuhan operasional radio, maka akan menyebabkan radio collapse.
- **Sumber Daya Manusia**
SDM secara tidak langsung mendukung, jika kondisi keuangan tidak membaik maka tentunya SDM yang dibutuhkan tidak akan terpenuhi.
- **Program Acara**
Program acara yang tidak berkualitas akan membuat bosan pendengar sehingga Radio pun akan ditinggalkan pendengar dan pengiklan.

Bagaimana proses penyimpanan sumber-sumber program?

Semua program yang kami siarkan selalu kami simpan dan kami arsipkan secara fisik berupa file .mp3 dalam sebuah media penyimpanan. Dan juga setiap program siaran ada catatan lognya yang juga kami simpan sebagai arsip dan juga sebagai log siar iklan yang mungkin dibutuhkan dalam hal kerjasama dengan pengiklan.

Bagaimana strategi penyiaran dakwah melalui radio yang cocok untuk saat ini ?

Dakwah hendaknya dikemas dengan unik dan kreatif dan sesuai kebutuhan pendengar, namun tetap dalam koridor syar'i. Hiburan juga tidak semata-mata musik, karena walaupun di Radio Kita tidak disiarkan musik dan sebagai gantinya yaitu Murottal Al Quran yang juga bisa menjadi Hiburan Qalbu (hati) bagi hati dan pendengaran kita.

CURRICULUM VITAE



1. Name : M Rizki M.A
2. Place / Date Of Birth : Cirebon ,11 Juni 1990
3. Sex : Male
4. Religion : Islam
5. Status : Single
6. Health : Good
7. Address : Jalan Raya Timoho gendeng no:788 kelurahan gondokusuman
Yogyakarta
8. Email/Web : majistra83@gmail.com
9. Hobby : singing,reading,writing
10. phone : 085724313100

FORMAL EDUCATION

Year	Description
2011-2016	S1 Communication of Science UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2006-2009	Darussalam GONTOR Islamic Boarding School
2003-2006	Darussalam GONTOR Islamic Boarding School
1997-2003	MI Yanbu' Kudus

ORGANIZATIONAL EXPERINCE

Year	Description
2008	Staff ofFoto Copy Center OPPM
2009	Chief of Foto Copy Center OPPM
2010	Reporter of Radar Cirebon
2012	Cashier of carrefourYogyakarta
2011-2013	Teacher private of student Yogyakarta