STRATEGI SIARAN RADIO KOMUNITAS SEBAGAI MEDIA DAKWAH DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio Saka 107.9 FM Jogja)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Oleh:

Rahmani Ngayuwanti

NIM. 17102010064

Pembimbing:

Dr. H. M Kholili, M.Si.

NIP. 19590408 198503 1 005

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2021

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230
E-mail: fdk.uin-suka.ac.id. Yogyakarta 55281

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 : Rahmani Ngayuwanti
NIM : 17102010064
Judul Skripsi : Strategi Siaran Radio Komunitas Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio Saka 107.9 FM Jogja)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 18 Juni 2021

Mengetahui,

Ketua Program Studi	Dosen Pembimbing Skripsi
Nanang Mizwar H, S.Sos.,M.Si.	**Dr. H. M. Kholili, M.Si.**
NIP 19840307 201101 1 013	**NIP 19590408 198503 1005**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahmani Ngayuwanti

NIM : 17102010064

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **"STRATEGI SIARAN RADIO KOMUNITAS SEBAGAI MEDIA DAKWAH DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio Saka 107.9 FM Jogja)"** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme 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.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 18 Juni 2021

Yang menyatakan,

METEKAI TEMPEL
CF646AJX282821735

Rahmani Ngayuwanti

17102010064

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1037/Un.02/DD/PP.00.9/07/2021

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI SIARAN RADIO KOMUNITAS SEBAGAI MEDIA DAKWAH DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio Saka 107.9 FM Jogja)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : RAHMANI NGAYUWANTI
Nomor Induk Mahasiswa : 17102010064
Telah diujikan pada : Jumat, 25 Juni 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dr. H. M. Kholili, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 60ded8edbaa26

Penguji I

Saptoni, S.Ag., M.A
SIGNED

Valid ID: 60dd44f76a194

Penguji II

Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 60de87ca44a46

Yogyakarta, 25 Juni 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 60def49ab4630

KEMENTERIAN AGAMA UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI REPUBLIK INDONESIA

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

1/1 02/07/2021

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahmani Ngayuwanti

NIM : 17102010064

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran tanpa paksaan. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, maka saya tidak akan menuntut kepada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (atas pemakaian jilbab dalam ijazah Strata Satu saya).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran rida Allah SWT.

Yogyakarta, 18 Juni 2021

Yang Membuat Pernyataan,

Rahmani Ngayuwanti

17102010064

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada :

ORANG TUAKU

Yang telah memberikan kasih sayang serta doanya, memotivasi dan memberi semangat yang akhirnya peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.

ALMAMATER TERCINTA

PRODI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya".

QS. Al-Baqarah 286

"Nilai Akhir dari proses pendidikan, sejatinya terekapitulasi dari keberhasilannya menciptakan perubahan pada dirinya dan lingkungan. Itulah fungsi daripada pendidikan yang sesungguhnya".

Lenang Manggala

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya penelitian ini dalam bentuk skripsi. Skripsi ini ditujukan sebagai syarat kelulusan atas gelar S1 di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Skripsi yang berjudul "Strategi Siaran Radio Komunitas Sebagai Media Dakwah Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio Saka 107.9 Fm Jogja)" ini menjadi bukti dan kerja keras penulis. Semoga menjadi sumbangsih penulis untuk Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah menjadi tempat menuntut ilmu dan tempat belajar sehingga mencapai perkuliahan strata satu.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Penulis 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 penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Phil Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

3. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si. selaku Kaprodi Komunikasi Penyiaran Islam, yang senantiasa mengayomi mahasiswa sekaligus memimpin prodi Komunikasi Penyiaran Islam ke arah yang lebih baik.
4. Ibu Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik, yang telah membagikan ilmunya serta membimbing peneliti dari semester awal hingga akhir ini.
5. Bapak Dr. H. M Kholili, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah banyak membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini dan telah sabar membimbing.
6. Bapak Totok Yulianto atau kerap disapa Mas Ali selaku *station manager* Radio SAKA FM dan semua anggota Radio Saka FM yang telah memberikan informasi terhadap apa yang peneliti butuhkan.
7. Dosen-dosen yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada peneliti selama perkuliahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada orang tua saya dan keluarga besar yang telah mendidik dan mendukung apa yang saya cita-citakan serta memberikan apa yang peneliti butuhkan.
9. Seluruh rekan seperjuangan prodi Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2017 yang telah berjuang bersama menjalani lika-liku perkuliahan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

10. Teman-temanku Fina, Husna, Anis, Tsaltsa yang telah menemani dan mewarnai perjalanan dari awal semester sampai selesai penyusunan skripsi ini.
11. Latifah, Leyla, Putri, Aghni, dan Aida yang sudah menjadi teman berkeluh kesah dan memberikan dukungan.
12. Alia Naufal yang selalu memberikan semangat serta masukan positif dalam proses penyusunan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Seluruh pihak yang telah membantu penulis hingga menyelesaikan tugas akhir. Oleh karena itu penulis selalu memanjatkan doa agar semua pihak mendapatkan balasan dari Allah SWT, dan berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. *Aamiin yaa robbal 'alamiin...*

Yogyakarta, April 2021

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Rahmani Ngayuwanti
17102010064

ABSTRAK

Rahmani Ngayuwanti. NIM 17102010064. Penelitian ini berawal dari perkembangan teknologi yang semakin maju khususnya internet. Menurut data Nielsen, pendengar radio tetap mengalami peningkatan di setiap tahunnya meskipun tidak secara drastis. Hal tersebut harus dapat dijadikan peluang oleh setiap radio untuk menghadapi persaingan media. Pada umumnya radio komunitas dikelola oleh warga setempat atau masyarakat sekitar, isi siarannya tidak jauh dari cerminan maupun ciri khas warga komunitas. Radio komunitas ini bersifat *independent* dan tidak komersil, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas serta untuk melayani kepentingan komunitasnya. Dengan sifat-sifat tersebut, maka radio komunitas diharapkan mampu untuk bersaing dengan radio komersil agar tidak ditinggalkan oleh pendengarnya.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data dengan observasi,wawancara, dan dokumentasi. Pokok masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi yang dilakukan oleh Radio Saka FM dalam melakukan siaran guna mencakup keseluruhan penjadwalan, pelaksanaan sampai tahap evaluasi program siaran guna mencapai tujuan yaitu menarik pendengar. Penelitian ini menggunakan teori dari Susan Tyler Eastman yaitu Strategi Kesesuaian *(Compability)*, Strategi Pembentukan Kebiasaan *(Habbit Formation)*, Strategi Pengontrolan Arus Pendengar *(Control Of Audiens Flow)*, Strategi Penyimpanan Sumber-Sumber Program *(Conservation Of Program Resource)*, Strategi Daya Penarik Massa *(Mass Appeal)*.

Radio Komunitas Saka FM dalam merencanakan program menerapkan teori tersebut dalam melakukan siaran. Mulai dari perencanaan penjadwalan program, pelaksanaan siaran hingga tahap evaluasi supaya acara didengar dan diminati.

Keywords: Strategi Komunikasi, Strategi Siaran, Pendengar, Radio Saka FM

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
HALAMAN PERNYATAAN BERJILBAB iv
PERSEMBAHAN vi
MOTTO vii
KATA PENGANTAR viii
ABSTRAK xi
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiiiv
DAFTAR GAMBAR / BAGAN xv
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 8
D. Kajian Pustaka 9
E. Kerangka Teori 12
F. Kerangka Pemikiran 40
G. Metode Penelitian 41
H. Sistematika Pembahasan 48

BAB II 49
GAMBARAN UMUM RADIO KOMUNITAS SAKA FM 49
A. Sejarah Radio Saka FM 49
B. Visi dan Misi Radio Saka FM 52
C. Logo Radio Saka FM 53
D. Identitas Radio Saka FM 55

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

E. Maksud dan Tujuan Radio Saka FM 55
F. Aspek Program Siaran Radio Saka FM 56
G. Struktur Organisasi Radio Saka FM 59

BAB III 65
STRATEGI SIARAN RADIO KOMUNITAS SAKA FM DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR 65
A. Strategi Siaran 65
1. Perencanaan program 65
2. Produksi dan pengemasan program 67
3. Eksekusi program 69
B. Strategi Memperoleh Pendengar 73
1. Strategi Kesesuaian *(compability)* 73
2. Strategi Pembentukan Kebiasaan *(Habit Formation)* 84
3. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar *(Control Of Audience Flow)* 87
4. Strategi Penyimpanan Sumber-Sumber Program *(Conservation Of Program Resource)* 94
5. Strategi Daya Penarik Massa *(Mass Appeal)* 101

BAB IV 109
PENUTUP 109
A. Kesimpulan 109
B. Saran 111
C. Kata Penutup 112

DAFTAR PUSTAKA 113
LAMPIRAN 115

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Pengurus Radio Saka FM 58

Tabel 2 Jadwal Program Siaran 68

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR / BAGAN

Gambar 1.0 Grafik Pendengar radio Saka..... 7

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran 41

Gambar 1.2 Logo Radio Saka 107.9 FM Jogja Pertama..... 53

Gambar 1.3 Logo Radio Saka 107.9 FM Jogja Terbaru..... 54

Gambar 1.4 Struktur Organisasi Radio Saka 107.9 FM Jogja 59

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang berfokus kepada banyak orang yang beragam dan tidak dikenal melalui media cetak dan media elektronik. Hal ini membuat pesan serupa dapat diperoleh pada waktu yang sama dan cepat. Radio dan televisi merupakan unsur dari komunikasi massa. Penyiaran radio lebih mengedepankan program yang menarik dengan memadukan berbagai unsur audio seperti musik, kata, suara, penyiar dan lainnya. Hal tersebut dapat menghasilkan program yang berkualitas. Radio sebagai media elektronik auditif dapat dinikmati oleh masyarakat luas, dimana media ini berperan dalam peningkatan informasi dan komunikasi.

Perkembangan radio dimulai dari penemuan *phonograph* (gramofon), yang juga bisa digunakan memainkan rekaman oleh Edison pada tahun 1877. Pada tahun yang sama yaitu James Clerk Maxwell dan Helmholtz Hertz yang pertama kali menemukan gelombang radio. Kemudian penemuan tersebut berkembang dan menjadi komunikasi massa yang luas hingga sampai saat ini masih dipercaya oleh masyarakat.[1]

[1] Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi,* (Jakarta, Kencana Predana Media Group, 2008),hlm.2.

Sejalan dengan perkembangan teknologi yang terjadi saat ini bergerak cepat. Kebutuhan informasi dapat diperoleh melalui berbagai sumber. Hal ini terjadi mengingat semakin berkembangnya kebutuhan masyarakat akan data yang dapat menambah pemahaman mereka dalam mengatur kecepatan kemajuan zaman. Saat ini Internet banyak digunakan oleh khalayak untuk mendapatkan informasi, edukasi serta hiburan. Mulai dari usia anak-anak hingga dewasa, khalayak sudah pandai menggunakan internet. Tetapi dengan berkembangnya internet tersebut, salah satu media elektronik yang saat ini masih diminati adalah Radio. Menurut data Nielsen Radio *Audience Measurement* pada kuartal III tahun 2016, menunjukkan bahwa pendengar radio di Indonesia didominasi oleh kaum milenial dan generasi Z yaitu sebesar 57% dari total pendengar radio. Sebanyak empat dari sepuluh orang pendengar radio, mendengarkan radio melalui perangkat yang lebih personal. Angka penetrasi mingguan tersebut menunjukkn radio masih didengarkan oleh sekitar 20 juta orang Indonesia yang menghabiskan rata-rata 139 menit per hari. Data tersebut dinyatakan bahwa radio masih digemari oleh khalayak dan mengalami peningkatan waktu mendengarkan radio per minggu. Media radio dalam pemanfaatannya sangat sukses dan produktif, karena penyebaran data surat menyurat secara umum dapat menyebar dengan cepat ke berbagai kalangan masyarakat. Kelebihan radio dibandingkan dengan media lain adalah jangkauannya yang sangat luas dan tidak terhalang oleh ruang sehingga lebih banyak masyarakat yang dapat mendengarkannya. Radio juga merupakan penyampaian informasi yang

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

dapat dijangkau hampir seluruh lapisan masyarakat, setiap waktu, setiap tempat, dan melibatkan siapa saja dan dimana saja serta praktis.[2] Kelebihan tersebut adalah sesuatu yang tidak dapat dilakukan oleh komunikasi luas lainnya, misalnya, surat kabar atau Televisi. Sehingga membuat media ini semakin menarik untuk disimak. Persaingan antar media dan juga ditunjangnya teknologi yang semakin modern, radio tidak hanya untuk memperluas informasi saja, tetapi juga sebagai media hiburan maupun edukasi.

Radio area lokal adalah salah satu media telekomunikasi yang memiliki prosedur untuk memperkenalkan apa yang tidak dapat ditawarkan oleh radio yang berbeda. Radio area lokal atau komunitas dapat memberikan penerimaan data kepada masyarakat umum seperti halnya memberikan penerimaan informasi tentang cara komunikasi. Hal inilah yang membuat radio lokal menarik untuk disimak. Dalam situasi yang unik ini, radio area lokal atau komunitas menempatkan area lokal secara proaktif dan bersemangat untuk bertanggung jawab untuk mengurus masalah yang mereka hadapi dengan bebas atau mandiri.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Pendekatan untuk menarik simpati dan asosiasi area lokal untuk menyampaikan pesan yang disampaikan kepada anggota *audience*, anggota yang bekerja di radio area lokal diperlukan modal informasi dan

[2] Effendi Gazali, *Penyiaran Alternatif Tapi Mutlak: Sebuah Acuan Tentang Pentiaran Publik & Komunikasi,* (Jakarta : Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia, 2002), hlm. 107.

pengalaman yang memuaskan tentang komunikasi. Dengan tujuan agar semua yang diatur dapat tercapai. Informasi dan pengalaman ini merupakan modal utama dalam memutuskan tugas-tugas yang akan diambil untuk menarik pendengar . Akibatnya, dengan tujuan akhir untuk sampai pada kelompok kepentingan yang dimaksud, diperlukan penulisan program komputer atau penataan acara.[3] Selain itu, rencana yang sebenarnya adalah interaksi pengorganisasian program termasuk pemesanannya sehingga desain stasiun dibingkai ditentukan untuk membuat gambar stasiun radio telekomunikasi. Metodologi pemrograman ini harus secara konsisten dipikirkan dengan cermat, di samping persaingan yang semakin meluas antar radio dalam menarik perhatian anggota pendengar.

Kemajuan radio di Yogyakarta tergolong sangat ketat, sehingga dibutuhkan kemampuan untuk tetap menjaga agar pendengarnya tetap setia memperhatikan siaran. Menurut data KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) DIY, saat ini terdapat 39 radio komunitas yang terdaftar ijin siarnya. Masyarakat yang sejatinya sangat bergantung dengan informasi, kebutuhan tersebut erat kaitannya dengan media massa. Seiring dengan kemajuan radio di daerah yang semakin luas, sudah menjadi komitmen bagi pengelola radio untuk melakukan kapasitas radio yang bermanfaat bagi kepentingan banyak individu dan juga diperlukan pengelola radio untuk membangun desain transmisi dan divisi bidang usaha yang sesuai. Hal inilah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[3] Harley Prayuda, *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktek Penyiaran,* cet Ke-2 (Malang:Banyumedia, 2005), hlm.43.

yang menjunjung tinggi kemajuan dan keberadaan radio serta memperoleh penonton demi kelangsungan organisasi radio.

Jaringan Radio Komunitas Yogyakarta (JRKY) saat ini mencatat jumlah anggotanya berkisar 63 radio komunitas yang masih aktif, dengan pengoperasiannya melalui gelombang AM, FM, dan saluran kabel. Radio komunitas terbagi menjadi beberapa kategori yaitu, radio komunitas pendidikan, peminatan, agama., radio komunitas wilayah dan radio komunitas darurat. Dari banyaknya radio komunitas yang menjadi anggota JRKY, radio Saka FM termasuk radio komunitas agama yang cenderung dibuat sebagai media dakwah atau penyebaran ilmu agama Islam. Dari banyaknya radio komunitas di Yogya, Radio Saka termasuk radio komunitas yang legalitas ijinnya sudah sampai Kementrian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) Jakarta.

Di era globalisasi saat ini, dakwah seakan menciptakan tuntutan baru bagi agama. Hal tersebut menjadikan agama harus beradaptasi sesuai dengan zaman. Kegiatan dakwah sering dipahami sebagai upaya untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi dari berbagai aspek. Oleh karena itu, dalam kemajuan jaman ini dakwah harus menyesuaikan situasi dan kondisi yang semakin maju. Dakwah harus dikemas sedemikian rupa sehingga memiliki pilihan untuk mempengaruhi wawasan individu bahwa nilai Islam lebih tinggi dari kualitas yang berbeda.

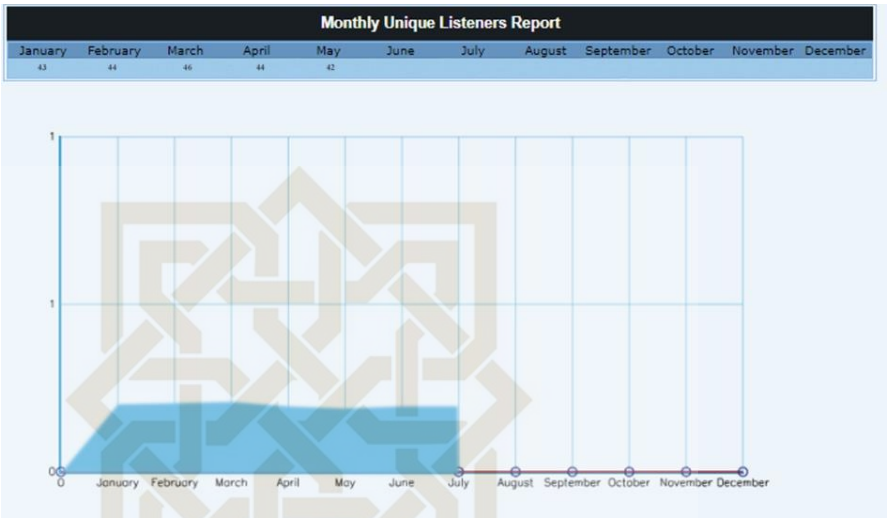
STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Radio Saka FM Jogja adalah radio komunitas Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta, radio ini merupakan radio berbasis dakwah. Pendirian Radio ini untuk mengadakan dakwah ke seluruh warga kauman dan pengislaman melalui media radio, sehingga format radio Saka FM adalah radio dakwah. Dipilihnya Radio Komunitas Saka FM Jogja, dikarenakan radio ini sudah dikenal oleh banyak pihak, dan dinilai sebagai salah satu radio yang masih bisa bertahan dalam menyampaikan pesan dakwah melalui media elektronik. Radio Saka FM Jogja saat ini masih mempertahankan eksistensinya dalam memberikan edukasi mengenai agama Islam melalui program-programnya. Hal menariknya dari radio Saka ini adalah para pendengar dapat *request* topik acara. Semua masukan dan usulan diterima oleh Radio Saka dan jika memungkinkan maka akan direalisasikan dalam program. Dengan kemasan yang menghibur, penyampaiannya bisa melalui musik, *talkshow* atau berbincang-bincang, *varity show*, *insert*, maupun ceramah dari para alim ulama. Saat ini Radio Saka FM juga menggunakan sistem *streaming* yang dimana *streaming* ini memuat pesan yang diteruskan atau disampaikan juga melalui sosial media seperti *instagram*, *youtube* maupun di web resmi radio Saka FM. Berikut merupakan grafik pendengar radio Saka melalui *streaming* :

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Gambar 1.0

Grafik Pendengar Radio Saka FM Melalui *Streaming*



Sumber: Dokumentasi Radio Saka FM

Dari gambar 1.0 di atas, menunjukkan bahwa pendengar radio Saka melalui penggunaan *streaming* tidak mengalami penurunan yang drastis di setiap bulannya, walaupun mengalami naik turun tetapi dapat diprediksi jika pendengar melalui radio analog lebih banyak dibandingkan dengan *streaming*. Radio komunitas Saka FM selain berfungsi sebagai media komunikasi dan informasi, juga berfungsi untuk mempererat hubungan antar warga Kauman melalui radio yang berbasis dakwah ini. Radio komunitas Saka FM juga memberikan pengetahuan dan informasi sekaligus hiburan bagi warga, dengan program-program yang disajikan. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui cara Radio Saka 107,9 FM yang merupakan radio dakwah untuk mendapatkan strategi dalam menarik minat pendengar.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut "Bagaimana strategi yang dilakukan Radio Saka FM Jogja Sebagai Media Dakwah dalam Menarik Minat Pendengar?"

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui cara apa saja yang diterapkan Radio Saka FM Jogja untuk menarik minat pendengar dengan program yang disajikan.

Sedangkan kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini antara lain :

1. Secara Teoritis

   Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan ilmu dalam bidang ilmu dakwah dan komunikasi .

2. Secara Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan 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.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan studi pustaka yang dilakukan, peneliti menemukan beberapa penelitian yang membahas mengenai strategi komunikasi radio atau sejenisnya. Di antaranya :

Pertama, Frayuda Ukivia Rozaq (2017) mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta melakukan penelitian skripsi dengan judul *"Strategi Komunikasi 92.9 FM Solo Radio Dalam Mendapatkan Perhatian Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Strategi Komunikasi Solo Radio dalam Mendapatkan Perhatian Pendengar dalam Program Acara Manahan)".* Melihat kondisi perkembangan penyiaran radio di Kota Solo yang menunjukkan perkembangan cukup signifikan, peneliti tersebut tertarik untuk mengetahui strategi komunikasi apa yang dilakukan oleh program Manahan Solo Radio dalam mendapatkan perhatian pendengar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Kedua, M. Rizki Majistra Abadi (2016) mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta melakukan penelitian dengan judul skripsi *"Strategi Komunikasi Radio Dakwah Dalam Memperoleh Pendengar".* Melakukan penelitian menggunakan metode kualitatif. Pengontrolan arus pendengar ditekankan dalam penelitian ini. Penelitian ini lebih bagaimana mempertahankan radio agar tetap menjadi media masyarakat. Landasan teori serta konsep berpikir dalam penelitian

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

yang sudah dilakukan ini dengan yang akan dilakukan nanti memiliki persamaan yang sama. Perbedaannya terletak pada tempat yang diteliti.

Ketiga, Ulya Afifiyah (2019) mahasiswa IAIN Salatiga dengan judul penelitian *"Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar".* Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi penyiar dalam meningkatkan jumlah pendengar. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan cara mengungkapkan, menggambarkan fakta-fakta yang terjadi dari hasil penelitian. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer, data sekunder dengan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Keempat, Dwi Propitasari (2016) melakukan penelitian dengan judul skripsi *"Strategi Pemasaran Radio Utari FM Cilacap dalam Meningkatkan Jumlah Pemasang Iklan"* penelitian yang dilakukanya menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini juga memaparkan bagaimana faktor pendukung dan penghambat pemasaran dalam radio untuk meningkatkan jumlah pemasang iklan. Faktor-faktor yang sudah dipaparkan dalam penelitian ini memiliki tujuan yang sama yaitu bagaimana cara menjaga eksistensi radio, perbedaanya hanya di objeknya memperoleh iklan dengan memperoleh pendengar.

Kelima, Corry Novrica AP Sinaga. (2017) dengan judul *"Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya"*. Penelitian ini mengkaji tentang pentingnya radio komunitas

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

di Sumatera Utara khususnya dalam bidang penyiaran, jadi penting meningkatkan manajemen di dunia penyiaran radio. Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan mengadopsi pengamatan wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi komunikasi dan manajemen siaran yang dilakukan Usukom Fm kurang berbicara dalam hal aplikasinya karena kurang maksimal dalam menjalankannya.

Dari hasil penelusuran yang dilakukan, ada perbedaan penelitian dengan beberapa hasil penelitian terdahulu antara lain pada aspek variabel yang diteliti, lokasi penelitian, dan aspek waktu penelitian. Penelitian Frayuda Ukivia Rozaq pada tahun 2017, M. Rizki Majistra Abadi pada tahun 2016, Ulya Afifiyah pada tahun 2019, Dwi Propitasari pada tahun 2016, dan Corry Novrica AP Sinaga pada 2017.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan, peneliti menjadikannya sebagai bahan perbandingan yang sudah teruji kesahihannya, kemudian digunakan untuk referensi. Hal itu disebabkan karena beberapa faktor penelitian terdahulu memiliki keterkaitan dalam beberapa hal yang menyangkut sebagian variabel yang diteliti. Akhirnya peneliti dapat menyampaikan bahwa penelitian yang akan dilakukan tidak sama dengan penelitian yang sudah ada.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

E. Kerangka Teori

1. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari akar kata *masdar*. Memiliki kata tindakan atau kata kerja *da'a*, yang memiliki arti panggilan, menyeru, atau mengajak. Setiap kegiatan adalah panggilan, menyeru, atau mengajak individu untuk beriman dan mematuhi perintah Allah SWT.[4]

Dari segi etimologi atau asal kata, dakwah memiliki makna yang berupa-rupa yang di antaranya :[5]

1) *An-Nida* : memanggil
2) Menyeru atau mendorong kepada sesuatu
3) Menegaskan atau membelanya
4) Suatu usaha atau perkataan yang menarik manusia untuk mengikuti suatu aliran atau agama
5) Memohon dan meminta yang sering disebut do'a.

Ditinjau dari segi *epistemologi* dakwah atau *dakwatun* berarti panggilan, seruan, dan ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *masdhar*. Sedangkan dalam bentuk kata

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[4] Ensiklopedia Islam (Jakarta: Ichtiar Can Hoeve, 1999), hlm.280.

[5] Fikri Rivai, *Aktivitas Dakwah KH. Najib Al-Ayyubi Di Jamaah Tabligh.* Skripsi (Jakarta : Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah 2010), hlm.13.

kerja atau *fi'il* adalah *da'a – yad'u* yang berarti memanggil, menyeru, dan mengajak.[6]

b. Unsur-unsur Dakwah

1) Subjek Dakwah

Subyek dakwah adalah individu yang melakukan latihan dakwah, khususnya individu yang berusaha mengubah keadaan sesuai yang diajarkan agama, pelaku dakwah dapat sebagai orang atau perkumpulan (organisasi) yang sekaligus sebagai pemasok data informasi dan pendakwah biasa disebut *da'i.*

2) Objek Dakwah

Objek dakwah merupakan individu, kelompok individu, atau masyarakat secara keseluruhan yang menerima pesan dakwah tanpa membeda-bedakan. Tetapi, perlu dilihat kondisi individu yang akan diberi materi dakwah. Dilihat dari usia, kondisi psikologis, sosial, serta tingkat pengetahuan *mad'u* dapat mempengaruhi daya tangkap pesan yang *da'i* sampaikan. Maka dari itu, seorang *da'i* diharapkan memiliki kemampuan untuk mengetahui siapa yang hendak menjadi sasaran dakwahnya. *Mad'u* merupakan individu yang

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[6] Abd. Rasyid Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam.(*Jakarta : Bulan Bintang, 1986) Cet. Ke-2,hlm.7

menerima pesan dari *da'i* dan itulah yang disebut dengan objek dakwah. Dapat dikelompokkan sebagai berikut :

a) Bentuk masyarakat, bentuk ini dapat terbagi berdasarkan letak geografis yaitu masyarakat kota, desa, maupun primitif.

b) *Aqidah*, di dalam pandangan *aqidah* manusia terdiri dari menjadi muslim dan non-muslim (di luar Islam).

c) Status sosial, terbagi dari golongan paling atas atau kaya hingga masyarakat yang dipandang miskin.[7]

3) Materi Dakwah

Materi dakwah adalah ajaran-ajaran agama Islam. Ajaran-ajaran Islam inilah yang wajib disampaikan kepada umat manusia dan mengajak mereka agar mau menerima dan mengikutinya. Sedangkan menurut M. Munir dan Wahyu Ilahi dalam bukunya yang bertajuk Manajemen Dakwah. Membagi materi dakwah menjadi empat bagian, yaitu: akidah, syariah, muamalah, dan akhlak.

4) Metode Dakwah

Metode berasal dari Bahasa Jerman, *metodica* artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Yunani

[7] Basraih Lubih, *Ilmu Dakwah.* (Jakarta : CV.Tursina, 1993) Cet Ke-1,hlm.46.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

metode berasal dari kata *methodos* yang artinya jalan, dan dalam bahasa Arab disebut *thariq*.[8]

Kata metode telah menjadi bagian dari bahasa Indonesia yang memiliki pengertian, suatu cara yang biasa ditempuh atau cara yang ditentukan secara jelas untuk mencapai suatu tujuan, rencana, sistem, tata pikir manusia. Sehingga yang disebut metode dakwah adalah jalan atau cara yang digunakan oleh para juru dakwah untuk menyampaikan ajaran serta materi dakwah, dalam penyampaian materi dakwah metode yang sesuai sangat penting demi tersampaikannya pesan dan maksud dakwah tersebut.

5) Media Dakwah

Media dakwah merupakan sarana yang digunakan untuk berdakwah dalam menyampaikan materi dakwah kepada sasaran dakwah. Media dakwah meliputi lisan, tulisan, tindakan. Ditinjau dari segi bentuk penyampaiannya, media dakwah dapat terbagi menjadi tiga macam, yaitu:

Lisan , Media dakwah yang termasuk dalam bentuk lisan di antaranya adalah: khotbah, pidato, ceramah, kuliah,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[8] Hassanudin, *Hukum Dakwah.* (Jakarta : Pedoman Ilmu Jaya, 1996) Cet ke-1,hlm.35.

diskusi, seminar, nasihat-nasihat, pidato, siaran radio, dan lain-lain.

Tulisan , Tulisan dapat menjadi media dan perantara dalam menyampaikan pesan dakwah, yang termasuk dalam media tulisan di antaranya adalah: buku-buku, surat kabar, majalah, bulletin, makalah, jurnal, dan lain-lain.

Akhlak, Bentuk penyampaian dakwah melalui akhlak bersifat langsung dan nyata. Tindakan yang ditunjukkan menjadi contoh untuk diikuti. Suatu hal yang menjadi bagian dakwah melalui akhlak di antaranya seperti: menjenguk kerabat, saudara, atau orang yang kita kenal ketika sakit, bersilaturahmi, berperilaku terpuji, menaati rambu-rambu lalu lintas, dan lain-lain.[9]

Media dakwah merupakan sebuah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada *mad'u*. Dengan media diharapkan materi akan sampai kepada *mad'u* dengan cepat, sehingga sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Secara umum media dapat dibagi menjadi dua yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak dapat berupa buku, jurnal, majalah, koran,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[9] Hamzah Ya'cub, *Publisistik Islam, Teknik Dakwah dan Leadership.* (Bandung: Diponegoro, 1981), hlm.33.

pamflet dan lainnya. Sedangkan media elektronik dapat berupa telepon, tape recorder, televisi, dan radio.

2. Komunikasi Massa Radio

Komunikasi massa adalah surat menyurat yang memanfaatkan komunikasi yang luas dalam menyampaikan pesan. Komunikasi yang luas dapat berupa surat kabar, TV, radio atau film. Radio merupakan salah satu jenis komunikasi luas satu arah yang tugasnya menyampaikan pesan kepada masyarakat luas dengan jangkauan yang luas. Radio telah melalui siklus panjang perbaikan sebelum berubah menjadi media korespondensi massal seperti sekarang ini. Menurut Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble sesuatu bisa didefinisikan sebagai komunikasi massa jika memiliki hal-hal sebagai berikut :[10]

a. Pengirim pesan atau komunikator menggunakan peralatan masa kini dalam menyebarkan pesannya kepada orang banyak yang tersebar di berbagai tempat.
b. Dalam menyebarkan pesan, komunikator berusaha agar khalayak yang belum saling mengenal memahami pesan yang disampaikannya.
c. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diperoleh dan diterima oleh banyak orang dan tidak ditujukan pada pertemuan tertentu. Akibatnya, pesan dalam korespondensi massal disinggung

[10] Nurudin, *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Komunikasi Baru.* (Yogyakarta : Buku Litera), hlm.8.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

sebagai pesan yang memiliki tempat dengan populasi umum atau publik.

d. Komunikator bukanlah orang melainkan sebagai asosiasi formal seperti ikatan, organisasi atau afiliasi. Artinya, komunikator dalam korespondensi massa adalah yayasan atau lembaga. Pendirian lembaga sebagai komunikator berorientasi pada keuntungan.

e. Komunikasi massa memiliki penjaga sebagai pengatur isi pesan sebelum dikomunikasikan oleh komunikasi yang luas. Penjaga adalah beberapa orang di dalam organisasi yang tugasnya membatasi atau mengembangkan pesan yang akan disampaikan sehingga lebih efektif dipahami oleh orang banyak.

f. Kritik atau masukan dalamdalam komunikasi massa bersifat ditunda. Khalayak tidak dapat segera bereaksi terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

3. Radio Komunitas

a. Pengertian Radio Komunitas

Radio komunitas merupakan radio yang dibentuk oleh sebuah perkumpulan tertentu yang memiliki tujuan dan maksud tertentu. Pengelola atau pelaksana penyiaran ini disebut sebagai lembaga penyiaran komunitas. Radio komunitas juga sering disebut sebagai radio sosial, radio pendidikan atau radio alternatif. Menurut

Effendi Gazali, radio komunitas adalah lembaga penyiaran yang memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi oleh anggota. Komunitasnya melalui sebuah lembaga *supervise* (mengawasi) yang khusus didirikan untuk tujuan tersebut, dimaksudkan untuk melayani komunitas tertentu saja dan karenanya memiliki daerah jangkauan yang terbatas[11].

Secara teoritis, komunitas terbentuk oleh dua hal: pertama kesamaan lokasi atau status individu-individu dan yang kedua, kesadaran kolektif untuk mencapai tujuan tertentu. Radio komunitas *(community radio)* merujuk pada kepemilikan dan wilayah orientasi dan bersifat lokal, antisesis radio swasta yang luas dan jaringan. Dalam perkembangannya, istilah radio komunitas lebih sering digunakan karena lebih santun dan akrab secara internasional.[12]

b. Syarat-Syarat Radio Komunitas

Menurut UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 syarat radio komunitas sebagai berikut:[13]

1) Bukan untuk keuntungan atau bukan bagian dari organisasi yang mencari keuntungan sendiri.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[11] Effendi Gazali, Penyiaran Alternatif Tapi Mutlak: Sebuah Acuan Tentang Pentiaran Publik & Komunikasi, (Jakarta : Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia, 2002),hlm.72.

[12] Masduki, *Radio Siaran Dan Demokratisasi,* cet Ke-1 (Yogyakarta: Jendela, 2003),hlm.91.

[13] Tim Komunikasi Penyiaran Indonesia Daerah DIY, *op.cit,* hlm.38.

2) Mengarahkan dan mendorong daerah untuk mencapai keberhasilan dengan melaksanakan program-program yang menggabungkan budaya, pelatihan, dan data yang menggambarkan karakter negara.
3) Tidak membahas asosiasi atau pendirian yang tidak dikenal dan bukan area lokal di seluruh dunia.
4) Bukan untuk tujuan publisitas untuk pertemuan atau pertemuan tertentu.
5) Organisasi penyiaran komunitas didirikan dengan biaya yang diperoleh dari komitmen jaringan tertentu dan menjadi milik daerah setempat.
6) Lembaga penyiaran komunitas dapat memperoleh sumber pembiayaan dari hadiah, penghargaan, dukungan, dan berbagai sumber yang sah dan tidak membatasi.
7) Yayasan penyiaran komunitas dilarang mendapatkan bantuan pembiayaan pengantar untuk membangun dan mengoperasikan aset dari pertemuan yang tidak dikenal.
8) Yayasan penyiaran komunitas dilarang menyiarkan iklan atau kemungkinan komunikasi bisnis lain, dengan pengecualian promosi bantuan publik.
9) Lembaga penyiaran komunitas diperlukan untuk membuat kode moral dan aturan untuk diketahui oleh daerah setempat dan orang lain.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

10) jika ada pengaduan dari daerah atau pihak lain mengenai pelanggaran kode etik dan tata tertib, lembaga penyiaran daerah wajib mengambil tindakan sesuai dengan peraturan dan tata tertib materiil.

c. Prinsip-prinsip Radio Komunitas

Prinsip radio komunitas adalah akses dan partisipan.[14] Fraser dan Estrada mengemukakan bahwa dalam radio komunitas konsep-konsep akses dan partisipasi mengandung makna :

1) Suatu siaran radio komunitas memiliki pola yang menjangkau seluruh anggota komunitas yang ingin dilayani.
2) Komunitas berpartisipasi dalam merumuskan rencana dan kebijakan untuk pelayanan radio tersebut dan dalam menentukan tujuannya, juga dalam dasar-dasar manajemen dan pembuatan programnya.
3) Komunitas berpartisipasi dalam mengambil keputusan untuk menentukan materi program, alam waktu siar dan jadwalnya.
4) Komunitas bebas memberikan komentar ataupun kritik.
5) Ada interaksi yang terus menerus antara pembuat program dan pihak yang menerima pesan.
6) Ada kesempatan yang tidak dibatasi bagi anggota komunitas, baik sebagai pribadi maupun kelompok untuk membuat

[14] Fraser Colin Restrepo Estrada, *op.cit*,hlm.16.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

program-program, dan dibantu oleh staf stasiun radio dengan menggunakan fasilitas teknis produksi yang tersedia.

7) Komunitas berpartisipasi dalam pembangunan, manajemen, administrasi dan pendanaan stasiun radio tersebut.

d. Tujuan dan Visi Radio Komunitas

Titik prinsip atau tujuan dan visi penyiaran wilayah lokal dan latihan terkait adalah untuk memajukan perbaikan diri, khususnya individu yang tertindas, di masyarakat umum dari setiap masyarakat umum. Upaya untuk memberikan kerangka korespondensi di tingkat lingkungan dan daerah akan meningkatkan keberadaan jaringan korespondensi terkini untuk saksi, bahan ajar dan pengalihan. Penataan yayasan korespondensi di tingkat daerah sangat penting untuk perbaikan. Pemikiran unik harus dicari untuk kemajuan praktis daerah setempat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

e. Sumber Daya Manusia (SDM) Radio Komunitas

Menurut Masduki, radio komunitas dan radio publik yang baru berkembang di Indonesia, memilih SDM merupakan persoalan sulit sehingga memerlukan pertimbangan dan waktu yang tidak singkat, serta tidak sembarangan. Adakalanya sulit mendapatkan peminat untuk menjadi penyiar, adakalanya banyak orang memaksakan diri

untuk dilibatkan sebagai penyiar. Dua pertimbangan yang dipakai untuk mendapatkan penyiar adalah :

1) Siapa saja yang bersedia bekerja sukarela
2) Perwakilan dari kelompok sosial dalam komunitas

Terdapat dua level SDM di radio komunitas. *Pertama*, pengelola yang menjadi fasilitator produksi dan penyiaran. *Kedua*, komunitas selaku pembuat, pendengar, dan donatur siaran. Pengelola radio komunitas dipilih berdasarkan keahlian teknis dan pengalaman di bidang radio. Interaksi antara pengelola dan komunitas berlangsung insentif, dalam kerangka pelatihan produki dan penyiaran. Interaksi tersebut dapat berupa magang periodik, pelatihan terstruktur atau *learning by doing*.[15]

f. Sumber Dana Radio Komunitas

Seperti yang diungkapkan oleh Colin Fraser dan Sonio Restrepo Estrada, diketahui bahwa subsidi adalah masalah yang sangat membingungkan bagi sebuah radio lokal, khususnya di Indonesia, yang menjunjung tinggi standar bahwa jaringan dilarang mencari aset melalui iklan bisnis. Standar ini dinyatakan dalam UU no. 32 tahun 2002 tentang komunikasi. Karena hambatan ini, radio area lokal harus memiliki opsi untuk menyelidiki aset berbeda yang bagaimanapun juga dapat mendukung operasional radio, antara lain:

[15] Masduki, *Radio Siaran dan Demokratisasi, op.cit,* hlm.82.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

1) Iuran Anggota

Komitmen ini diambil dari individu-individu daerah setempat pada jumlah dan waktu yang disepakati.

2) Donatur

Kelompok pengawas radio perlu membuat proposisi tindakan yang menarik di samping akomodasi aset yang diperlukan. Proposisi ini menjadi pemikiran bagi organisasi untuk memberikan kontributor atau tidak.

3) Sumbangan

Aset ini berasal dari kekhawatiran perkumpulan tertentu yang peduli dengan radio lokal. Komitmen ini dapat berupa uang tunai atau perlengkapan material atau kerangka pendukung lainnya untuk radio..

4) Sponsorship

Sponsor ini mengidentifikasi dengan kolaborasi yang disepakati. Partisipasi ini dapat dilakukan pada setiap program dimana perkumpulan yang bersangkutan memilih satu program radio yang akan menjadi sekutu sebagai pembiayaan acara tersebut.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

4. Strategi Dakwah

Menurut Asmuni, strategi dakwah adalah metode, siasat, taktik, atau manuver yang dipergunakan dalam aktivitas dakwah. Asmuni

menambahkan, untuk mencapai keberhasilan dakwah secara maksimal, maka diperlukan berbagai faktor penunjang, di antaranya adalah strategi dakwah yang tepat sehingga dakwah mengenai sasaran.[16] Strategi yang digunakan haruslah memperhatikan beberapa asas dakwah, di antaranya adalah:

1) Asas Filosofi : Membicarakan hal yang berkaitan dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau aktivitas dakwah.
2) Asas kemampuan dan keahlian *da'i*: Asas ini menyangkut keahlian dan profesionalisme *da'i* sebagai subjek dakwah.
3) Asas Sosiologi : Asas ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Misalnya keadaan politik setempat, mayoritas keberagamaan di suatu daerah,
4) Asas Psikologi : Asas ini membahas masalah yang hubungannya dengan kejiwaan seseorang. Aspek psikologi harus diperhatikan lantaran interaksi yang dibangun adalah sesama manusia.
5) Asas Aktivitas dan efisiensi : maksudnya adalah aktivitas dakwah harus menyeimbangkan antara biaya, waktu, maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaiannya. Sesuai dengan *planning* yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dari semua asas dakwah tersebut, apabila diperhatikan betul-betul akan melahirkan metode-metode dakwah yang tentunya

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[16] Asmuni Syukri, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. (Surabaya : Al-Ikhlas, 1983), hlm.51.

mempengaruhi tingkat keberhasilan dakwah, metode yang digunakan akan berguna apabila diterapkan sesuai pada tempatnya dan porsinya.

5. Radio sebagai Media Dakwah

Media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah. Media dakwah ini dapat berupa produk (bahan), individu, tempat, kondisi tertentu. Dari perspektif yang sempit, media dakwah dicirikan sebagai instrumen dakwah. Sebagai instrumen, media dakwah memiliki tugas atau kedudukan untuk membantu tercapainya tujuan dakwah.

Seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi data sebagai ciri peningkatan eksistensi manusia, pemanfaatan media dakwah pun semakin berkembang. Media dakwah pada mulanya menggunakan media adat, kemudian berkembang menjadi lebih beragam dengan memanfaatkan bagian-bagian dari inovasi massa masa kini, baik media cetak maupun media elektronik. Dari sekian banyak ragam hasil inovasi data dan komunikasi yang dapat dimanfaatkan sebagai media publikasi yang bermanfaat, salah satunya adalah media radio (media auditif).

Dalam latihan dakwah, radio sangat vital dalam menyampaikan materi dakwah sebagai pidato dan ceramah. Radio dapat sampai pada anggota audiens dengan jarak dan perluasan yang signifikan. Sejalan dengan itu, radio menjadi media yang sukses dalam menyampaikan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

dakwah ke semua kalangan. Manfaat dakwah melalui radio terletak pada kelangsungan dan efektivitas dakwah. Hal ini terlihat dari struktur yang lugas tanpa pertemuan antara *da'i* dan pendengar.[17]

6. Strategi Penyiaran Radio Dakwah

a. Pengertian Strategi

Menurut Onong Uchjana Effendy strategi adalah perencanaan atau *planing* dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan yang hanya dapat dicapai melalui taktik operasional. Sebuah strategi komunikasi hendaknya mencakup segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mengetahui bagaimana berkomunikasi dengan khalayak sasaran. Dengan strategi komunikasi diharapkan bahwa jangkauan kepada khalayak yang lebih luas dapat tersampaikan secara lebih efektif. Khalayak juga dapat mendapatkan manfaat dari sudut pandang mereka simpulkan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Tahapan-tahapan strategi terdiri dari tiga tahap yaitu perumusan strategi, pelaksanaan strategi dan evaluasi strategi. Secara jelasnya tahapan tersebut adalah :[18]

1) Perumusan Strategi

Perumusan strategi di antaranya mencakup beberapa hal yaitu:

[17] Ghazali, *Dakwah Komunikatif,* (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1997), hlm.36.
[18] David, *Manajemen Strategis,* (Jakarta: PT Prenhallindo, 2004), hlm. 283-285.

Kegiatan mengembangkan visi dan misi organisasi. Visi adalah sebagai langkah pertama dalam perencanaan strategis sedangkan misi merupakan pernyataan jangka panjang yang membedakan suatu bisnis dari bisnis serupa yang lain.

Mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi. Peluang dan ancaman eksternal adalah peristiwa, tren, ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, hukum, pemerintahan, teknologi dan persaingan yang dapat menguntungkan atau merugikan suatu organisasi secara berarti di masa depan.

Menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi. Kekuatan dan kelemahan internal adalah segala kegiatan dalam organisasi yang bisa dilakukan dengan sangat baik atau buruk. Kekuatan dan kelemahan tersebut ada dalam kegiatan manajemen, pemasaran, keuangan, akuntansi produksi, operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi manajemen di setiap perusahaan.

Menetapkan tujuan jangka panjang organisasi. Tujuan didefinisikan sebagai hasil tertentu yang perlu dicapai organisasi dalam memenuhi misi utamanya. Jangka panjang berarti lebih dari satu tahun. Tujuan juga penting untuk keberhasilan organisasi karena tujuan menentukan arah, membantu dalam melakukan evaluasi, menciptakan sinergi,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

menunjukkan prioritas, memusatkan koordinasi dan menjadi dasar perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian serta pengendalian kegiatan yang efektif.

Membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi. Strategi alternatif merupakan langkah yang menggerakkan perusahaan dari posisinya sekarang ini menuju posisi yang dicita-citakan di masa depan strategi alternatif tidak datang dengan sendirinya, melainkan diturunkan dari visi, misi, tujuan (sasaran), audit eksternal dan audit internal perusahaan. Hal tersebut harus konsisten dengan dan dibangun atas dasar strategi-strategi sebelumnya yang penuh berhasil diterapkan.

2) Pelaksanaan Strategi

Pelaksanaan strategi sering disebut tahap tindakan dalam manajemen strategis. Pelaksanaan strategi yang sering dianggap sebagai tahap yang paling sulit karena memerlukan kedisiplinan, komitmen dan pengorbanan karena perumusan strategi yang sukses tidak menjamin pelaksanaan strategi yang sukses. Pelaksanaan strategi termasuk di dalamnya menetapkan tujuan tahunan, menyusun kebijakan, mengalokasikan sumber daya, mengubah struktur organisasi yang ada, rekonstruksi dan rekayasa ulang, merevisi rencana kompensasi dan insentif, meminimalkan resistensi terhadap perubahan, mencocokkan manajer dengan strategi mengembangkan budaya yang

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

mendukung strategis, menyesuaikan proses produksi atau operasi, mengembangkan fungsi sumber daya manusia yang efektif dan bila perlu mengurangi jumlah karyawan.[19]

3) Evaluasi Strategi

Tahapan ini merupakan tahap akhir dari strategi, ada tiga aktivitas yang mendasar untuk mengevaluasi strategi yaitu :

a) Mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini.
b) Mengukur kinerja, di antaranya yaitu dengan membandingkan hasil yang diharapkan dengan hasil yang sebenarnya, menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi kinerja individu dan mengkaji kemajuan yang dibuat ke arah pencapaian tujuan yang ditetapkan,
c) Melaksanakan tindakan-tindakan korektif. Melakukan tindakan-tindakan korektif menurut adanya perubahan reposisi perusahaan agar lebih berdaya saing di masa depan. Pada pelaksanaannya sebuah strategi harus bisa berjalan dengan baik agar apa yang direncanakan bisa tercapai dengan baik.
d) Sebuah strategi bisa dikatakan efektif apabila :

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[19] David, Manajemen Strategis, (Jakarta: PT Prenhallindo, 2004), hlm.336-338.

1. Strategi tersebut secara teknis dapat dikerjakan
2. Sesuai dengan mandat, misi dan nilai-nilai organisasi
3. Dapat membangun kekuatan dan mengambil keuntungan dari peluang seraya meminimalkan atau mengatasi kelemahan dan ancaman
4. Sesuai dengan isu strategi yang hendak dipecahkan
5. Strategi bersifat etis, moral, legal dan merupakan keinginan organisasi untuk menjadi lebih baik.

b. Strategi Penyiaran

Faktor yang paling penting dalam 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.[20] Penataan itu sendiri merupakan sebuah proses mengatur program termasuk penjadwalan sehingga terbentuk station format dengan tujuan menciptakan *image* stasiun penyiaran radio.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[20] Prayuda, *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran,* (Malang: Banyumedia, 2005), hlm.43.

Menurut Morissan strategi program dibagi menjadi beberapa bagian ditinjau dari aspek manajemen strategis, program siaran terdiri dari :[21]

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-lengkapnya. Perencanaan meliputi: perencanaan produksi, dan pengadaan materi siaran yang disusun menjadi rangkaian mata acara harian,, mingguan, dan juga bulanan, perencanaan sarana dan pra sarana, serta perencanaan masalah administrasi.[22]

2) Produksi dan Pembelian Program

Produksi siaran merupakan keterampilan memadukan wawasan, kreativitas, dan kemampuan mengoperasikan peralatan produksi. Program dapat diperoleh dengan cara membeli atau memproduksinya sendiri.

3) Eksekusi Program

Eksekusi mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[21] Morisan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Pengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana Predana Group, 2008),hlm.273-354.

[22] Triartanto, *Broadcasting Radio : Panduan Teori dan Praktek,* (Yogyakarta: Pustaka Book Publisher,2010),hlm.96.

program sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program.

4) Pengawasan dan Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat diwujudkan oleh stasiun penyiaran.

c. Tipologi Pendengar

Audiensatau pendengar menurut Onong Uchjana Effendy adalah individu-individu yang menjadi tujuan korespondensi, baik sebagai perkumpulan yang berkumpul di satu tempat maupun dalam kondisi yang sepi, namun sama-sama terpikat oleh pesan dari komunikasi yang luas..[23]

Dari sudut pandang ekonomi, anggota audiens adalah konsumen pembeli produk siaran. Mereka menikmati sebuah produk siaran tergantung pada aksebilitas waktu dan akses sederhana ke pendengar stasiun radio. Pendengar sebenarnya ingin mengembangkan pikiran kreatifnya karena dua hal, yaitu Pertama, pengalaman referensi yang mereka miliki terhadap materi siaran. Kedua, referensi pikiran, kedekatan, dan ketajaman otak terhadap sebuah masalah yang disiarkan. Kedua hal ini juga mutlak dimiliki seorang penyiar sebab ia harus menjadi "mata hati dan juru bicara

[23] Onong Uchjana, *Kamus Komunikasi, op.cit.* hlm.21.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

pendengar" yang satu terhadap pendengar yang lain secara personal dan akrab. Kemampuan memberikan gambaran dari tuturan kalimat yang diungkapkan oleh peyiar tersebut mampu membantu pendengar untuk tetap setia mendengarkan sebuah program.[24]

Menurut skala partisipasi terhadap acara siaran, ada empat tipologi pendengar yaitu:[25]

1) Pendengar spontan

   Pendengar spontan bersifat kebetulan, tidak berencana mendengarkan siaran radio atau acara tertentu dan perhatian mudah beralih ke aktivitas lain.

2) Pendengar pasif

   Suka mendengarkan siaran radio untuk mengisi waktu luang dan menghibur diri, menjadikan radio sebagai teman biasa.

3) Pendengar selektif

   Mendengarkan siaran radio pada jam atau acara tertentu saja, fanatik pada sebuah acara atau penyiar tertentu, dan menyediakan waktu khusus untuk mendengarkannya.

4) Pendengar aktif

   Secara reguler tidak terbatas mendengarkan siaran radio, apa pun, di mana pun, dan aktif berinteraksi, melalui telepon. Radio menjadi sahabat utama, tidak hanya pada waktu luang.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[24] Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional, op.cit,* hlm.18-19.
[25] *Ibid,* hlm.20

Bagi radio non komersial, yang terpenting adalah terbentuknya pencerahan internal dari pendengar baik aktif, pasif, spontan, maupun selektif setelah menyimak acara siaran. Pentingnya mengetahui tipologi pendengar terkait erat dengan perencanaan pendirian radio atau penyajian sebuah acara. Pada peta kompetisi yang makin ketat antar radio siaran, pemahaman pendengar dalam berbagai lapis sosial dan disiplin akademis sangat menentukan sukses dan tidaknya radio.[26]

a. Macam-macam Perilaku Pendengar

Dalam interaksinya dengan radio, ada enam macam perilaku pendengar, yaitu :

1) Rentang konsentrasi dengannya pendek karena menyimak radio sambil mengerjakan berbagai kegiatan lain.
2) Perhatiannya dapat cepat teralih oleh orang atau santai
3) Tidak bisa menyerap informasi banyak dalam sekali dengar karena daya ingat yang terbatas akibat dari aktivitas pendengaran yang selintas.
4) Lebih tertarik pada hal-hal yang mempengaruhi kehidupan mereka secara langsung, seperti tetangga dan teman.
5) Secara mental dan literal (melek huruf) mudah mematikan radio.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[26] *Ibid, hlm.20.*

6) Umumnya pendengar tidak terdeteksi secara konstan sehingga kita tidak mengetahui apakah mereka pintar, heterogen, dan tidak fanatik.[27]

b. Identifikasi Target Pendengar

Dalam upaya segmentasi atas target audiensnya maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu: [28]

1) Eksklusif, tidak ada stasiun radio yang identik dengan segmennya.
2) Secara ekonomi mempunyai potensi baik secara kuantitas maupun kualitas segmen acara.
3) Perlu organisasi perusahaan memang memungkinkan. Misal kalau penyiarannya orang dewasa (tua) maka segmentasinya juga orang dewasa (tua) begitu pula sebaliknya.
4) Stabil, setidaknya untuk jangka waktu yang lama.

c. Sasaran Pendengar

Pengelompokan pendengar bisa dilakukan berdasar beberapa kategori, antara lain :

Berdasarkan jenis kelamin :

1. Kelompok pendengar laki-laki
2. Kelompok pendengar perempuan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[27] *Ibid,* hlm.19.

[28] Subekti dalam Laporan Penelitian: Budi Sayoga, *Manajemen Program Siaran Radio (suatu studi literature mengenai perencanaan,penyusunan,penyajian dan pengawasan dari program siaran radio),* Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM, (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1997),hlm.12.

Berdasarkan umur :

1. Kelompok pendengar anak-anak
2. Kelompok pendengar remaja atau dewasa

Berdasarkan pekerjaan :

1. Kelompok pendengar petani
2. Kelompok pendengar pedagang
3. Kelompok pendengar peternak
4. Dan lain-lain.

Berdasarkan topik acara :

1. Topik acara untuk umum
2. Topik acara untuk kelompok pendengar tertentu.

Masih banyak lagi kategori lain yang lebih spesifik, tetapi sangat perlu diketahui pola kebiasaan pendengar yang akan dituju meliputi seleranya, kebiasaan mendengar radio, serta bahasa yang mereka pergunakan.[29]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

d. Strategi Memperoleh Pendengar

Menurut Susan Tyler Eastman dalam bukunya *Broadcast/Cable Programming: Strategies and Practices* strategi radio dalam melakukan penyiaran untuk memperoleh pendengar meliputi :[30]

1) Strategi Kesesuaian *(Compability)*

---

[29] Combine Resource Instutuion, *Radioku Radiomu Radio kita Produksi Siaran untuk Radio Komunitas seri I,* (Yogyakarta : CRI, 2003), hlm.23-26

[30] Susan Tyler Eastman, *Broadcast/Cable Programming : Strategies adn Practices, op.cit, hlm.10.*

Strategi kesesuaian adalah kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Personil-personil stasiun pendengar harus mengetahui komunitas yang dituju, sesuai dengan jadwal program yang mereka rancang. Dalam hal ini perlu dipertimbangkan siapa pendengar dalam setiap bagian waktu, dan apa yang kemungkinan besar sedang dikerjakan oleh pendengar yang ada pada saat itu. Secara teori penjadwalan adalah kunci sukses aktivitas siaran, meskipun sebuah program telah dipilih dan dikemas dengan sebaik mungkin namun jika waktu siarnya tidak sesuai dengan kondisi audiens yang di target, maka produksi program itu sia-sia. Sebuah program harus disusun berdasarkan kegiatan sehari-hari audiensnya. Stasiun radio harus mengetahui rutinitas audiens seperti kapan mereka istirahat, menonton TV sampai waktu mereka tidur. Ini diperlukan sebagai acuan untuk program. Salah satu cara untuk mengetahui hal-hal tersebut adalah dengan melakukan riset audiens.

2) Strategi Pembentukan Kebiasaan *(Habit Formation)*

Pembentukan kebiasaan di sini adalah membentuk kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama. Pendengar akan memperhatikan seluruh bagian yang luar biasa pada serial favoritnya, untuk menghindari ketinggalan pada episode berikutnya. Oleh karena itu, penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin selalu sama waktunya pada jangka waktu tertentu. Strategi yang dilakukan untuk membangun kebiasaan ini

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

adalah dengan pembuatan iklan dan pembuatan *rundown*. Dengan adanya Iklan akan menjadikan pendengar selalu ingat dengan program-program yang ada, dan *rundown* adalah salah satu acuan bagi penyiar untuk menyiarkan secara tepat sekuen-sekuen pada sebuah program dengan tujuan pendengar akan terbiasa dengan alur penyajian program yang disiarkan.

3) Strategi Pengontrolan Arus Pendengar *(Control of Audiens Flow)*

Keefektifan media penyiaran radio tergantung pada seberapa banyak pendengar yang menikmati dan mendengarkan program-program radio. Tidak ada sistem penyiaran radio yang dapat bertahan tanpa pendengar. Pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan jumlah pendengar yang mengalir dari program yang satu ke program acara berikutnya, dan untuk meminimalkan jumlah pendengar yang mengalir ke saluran lawan. Hal ini dapat dilakukan dengan metode menyajikan program yang berbeda dengan radio siaran lain *(contering)* atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain *(blunting)*. Strategi mengontrol aliran pendengar ini dilakukan dengan menetapkan standar mutu, melakukan pengawasan dan melakukan evaluasi.

4) Strategi Penyimpanan Sumber-sumber Program *(Conservation of Program Resources)*

Penyimpanan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar program-program tersebut bisa dipakai lagi suatu saat, tetapi tentu saja

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

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. Materi yang terbiasa digunakan sepanjang hari, yaitu dengan cara mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan cara penyajian yang berbeda.

5) Strategi Daya Penarik Massa *(Mass Appeal)*

Daya penarik massa sangat perlu diperhatikan, karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin menarik perhatian khalayak pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin yang sesuai dengan kebutuhan. Perbedaan minat dan kesukaan pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran. Sehingga semuanya dapat diakomodir dalam program-program yang disajikan.

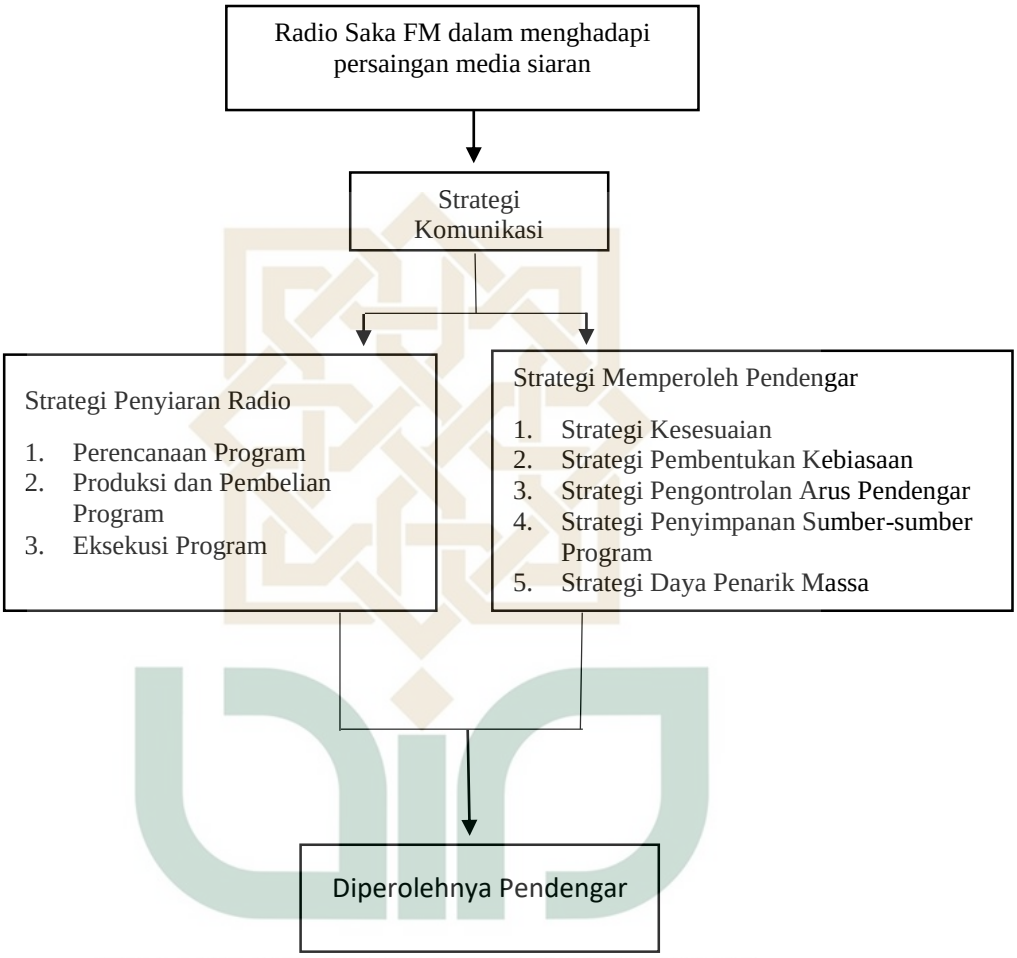
F. Kerangka Pemikiran

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

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

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara Deskriptif Kualitatif, dengan menggunakan teknik berupa wawancara, observasi dan dokumentasi yang bertujuan untuk mengetahui strategi radio komunitas di tengah-tengah radio komersial yang semakin menjamur.

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang memaparkan situasi atau peristiwa dan tidak berupaya mencari atau menjelaskan hubungan, tidak pula untuk menguji hipotesis atau membuat prediksi. Dengan metode inilah peneliti akan memaparkan secara detail bagaimana strategi yang digunakan radio Saka dalam menarik minat pendengar.

2. Lokasi Penelitian:

Penelitian dilaksanakan di Radio Saka FM Jogja 107.9 yang beralamatkan di Gedung Kuning Komplek Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta 55122.

3. Subjek dan Objek Penelitian :

a. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian yang akan dilakukan adalah informan Radio Saka FM yang akan dimintai informasi tentang objek yang akan diteliti.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

b. Objek Penelitian

Objek Penelitian yang difokuskan oleh peneliti adalah Strategi Radio Saka FM dalam Menarik Minat Pendengar.

4. Teknik Pengumpulan Data :

Proses pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara yaitu :

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.[31] Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti sebagai data primer adalah sebagai berikut :

1) Observasi

Observasi merupakan kegiatan mengamati secara langung suatu objek yang melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan subjek tersebut.[32] Serta melibatkan peneliti untuk ikut terjun langsung ke dalam ranah penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih jelas.

2) Wawancara

Wawancara mendalam secara umum dapat diartikan sebagai proses memperoleh keterangan atau penjelasan untuk tujuan penelitian dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan informan berdasarkan pedoman awancara ataupun mengalir dengan fokus yang telah ditentukan. Wawancara akan dilakukan dengan station manager radio Saka FM.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[31] Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi,* (Jakarta: Kencana Media Grup, 2006),hlm.41.

[32] *Ibid,* hlm.108.

3) Dokumentasi

Metode dokumentasi bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interprestasi data.[33] Metode ini dapat dilakukan dengan cara pengumpukan dokumentasi pribadi dan dokumentasi resmi. Dokumen pribadi adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis dengan tindakan, pengalaman, dan kepercayaan dapat berupa buku harian, surat pribadi, dan otobiografi. Kegiatan dokumentasi dapat berupa foto-foto kegiatan yang diambil.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber kedua yang diperoleh melalui berbagai referensi pendukung penelitian lainnya yang berkaitan dengan fokus penelitian yang diteliti, seperti data tambahan dari buku, jurnal, situs, dan penelitian terdahulu.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

5. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan analisis data yang ada, menggunakan 3 jalur analisis yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan model analisis Miles dan Huberman yang dikutip oleh Sutopo dalam bukunya yang berjudul Metode

[33] *Ibid,*hlm.118.

Penelitian Kualitatif. Secara sederhana tiga tahap itulah yang nantinya akan menjadi pedoman dalam menganalisis data-data yang didapatkan dari subjek penelitian.

a. Reduksi data, merupakan proses pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan peneliti di lapangan.
b. Penyajian data, peneliti akan melakukan penyajian data apabila proses pengumpulan data dinyatakan sudah cukup ataupun tahap selesai. Penyajian data ini merupakan proses pengumpulan informasi yang disusun berdasar kategori atau pengelompokan yang diperlukan.
c. Penarikan kesimpulan, peneliti pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada. Dengan 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.[34]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

6. Teknik Keabsahan Data

Di dalam keabsahan data, metode penelitian kualitatif menggunakan validitas internal *(credibility)* pada aspek kebenaran,

[34] Sutopo, H.B, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* (Surakarta:UNS Press,2002),hlm.96.

pada penerapannya ditinjau dari validitas eksternal *(transferability)*, dan reabilitas *(dependability)* pada aspek konsistensi, serta objektivitas *(comfirmability)* pada aspek naturalis (Sugiyono, 2014).

Metode yang digunakan adalah dengan cara editing atau memeriksa semua data-data yang diperoleh dan memastikan keabsahan data. Metode keabsahan data ini ditunjang dengan menggunakan metode Triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data. Maka peneliti menggunakan metode triangulasi sumber dalam penelitiannya.

a. Membandingkan data dari hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
b. Membandingkan perkataan orang-orang di depan umum dengan perkataan 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.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

e. Pembandingan antara hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.[35]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[35] Lexy J.Moleong, *Manajemen Penelitian Kualitatif,op.cit.*

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan bermaksud untuk memberikan gambaran umum atau uraian mengenai rencana susunan bab-bab dalam skripsi ini.

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini, peneliti menguraikan tentang yang melatarbelakangi sebuah penelitian ini meliputi : latar belakang masalah dan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II Gambaran Umum

Pada bab ini dibahas mengenai gambaran umum tentang Radio Saka FM Jogja meliputi : sejarah radio Saka FM ,visi dan misi radio Saka FM, identitas radio Saka FM, maksud dan tujuan radio Saka FM , aspek program siaran, dan struktur organisasi radio Saka FM.

BAB III Penyajian Dan Analisis Data

Pada bab ini, berisi pemaparan data yang diperoleh di lapangan penelitian. Kemudian data yang telah diperoleh dan dipaparkan, diolah di pembahasan yang intinya pemecahan masalah. Isi dari pembahasan nantinya yang akan menjawab dari rumusan masalah yang sudah dibahas di BAB I.

BAB IV Penutup

Pada bab ini peneliti akan memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bab sebelumnya, peneliti telah melakukan penelitian mengenai strategi siaran radio komunitas sebagai media dakwah dalam menarik minat pendengar (studi deskriptif kualitatif pada radio Saka 107.9 FM Jogja), dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan radio Saka bukanlah strategi asal-asalan melainkan dengan Kriteria Susan Tyler Eastman. Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

Strategi Kesesuaian *(Compability)* adalah penjadwalan program siaran yang waktunya sesuai dengan kegiatan dan kebutuhan warga. Walaupun tidak melakukan riset secara akurat dan beraturan, namun program-program dapat menempatkan posisi yang tepat sesuai waktu luang audiensnya. Karena itu, untuk menyesuaikan kondisi maka dilakukan pemilihan dan penjadwalan yang tepat.

Strategi Pembentukan Kebiasaan *(Habbit Formation)* untuk menumbuhkan kebiasaan dengan pembuatan *adlips* atau spot iklan yang disiarkan secara kontinyu dan pembuatan *rundown* yang tepat. Hal ini dilakukan radio Saka dengan memproduksi ILM (Iklan Layanan Masyarakat) dan musik sebagai pengganti iklan komersil. Sehingga

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

iklan memiliki keunikan tersendiri dalam siaran dibanding radio lainnya.

Strategi Pengontrolan Arus Pendengar *(Control of Audiens Flow)* dengan menetapkan standar mutu sehingga program yang disiarkan memiliki kualitas yang baik. Kemudian dilakukan pengawasan dan evaluasi yang ditujukan pada kinerja anggota radio dan juga program yang telah dibuat. Hal ini dilakukan agar siaran yang dihasilkan mempunyai kualitas maksimal.

Strategi Penyimpanan Sumber-sumber Program *(Conservation of Program Resources).* Penyimpanan sumber program ini dimaksudkan agar program yang telah disiarkan dapat tersimpan dengan aman dan suatu saat nanti dapat digunakan kembali dengan penyajian yang berbeda. Hal ini juga berkaitan dengan sumber daya manusia, perangkat siar, dan materi program.

Strategi Daya Penarik Massa *(Mass Appeal).* Daya penarik massa merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh setiap stasiun radio. Pendengar akan tertarik mendengarkan jika program yang disajikan bisa secara maksimal dikemas dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Namun, selain memiliki nilai hiburan juga memiliki nilai informasi yang tinggi ditambah dengan radio Saka merupakan radio berbasis dakwah.

Melalui beberapa program yang disajikan oleh radio Saka FM. Secara umum program di radio Saka FM dapat dikatakan sukses, karena

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

saat ini tetap mampu untuk memberikan informasi dan hiburan kepada pendengar khususnya bagi target pendengar radio Saka FM. Kesuksesan ini tidak lepas dari keberhasilan strategi yang dilakukan oleh radio Saka FM sebagai radio komunitas warga Kauman yang masih eksis hingga saat ini.

B. Saran

1. Radio Saka FM kini sudah menjadi salah satu radio komunitas yang berbasis pada ranah edukatif, informatif, dan religius yang dikenal oleh khalayak. Penulis ingin memberikan masukan untuk divisi program dan seluruh anggota, teruslah bekerja keras dan solid untuk membuat program-program ataupun event yang jauh bermanfaat dan lebih menarik dari yang sebelumnya agar Saka FM semakin dikenal dari berbagai penjuru.
2. Diadakan penelitian lebih khusus agar dapat mengetahui karakteristik, kesukaan pendengar dan juga sekuen-sekuen yang disukai maupun tidak disukai oleh pendengar. Sehingga dapat meningkatkan mutu siaran radio Saka FM.
3. Strategi penyiaran mempunyai arti penting dalam menentukan kesuksesan dan kelangsungan hidup suatu radio siaran komunitas. Sehingga radio siaran komunitas harus semaksimal mungkin untuk merencanakan, membuat, dan melaksanakan strategi-strategi yang tepat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

4. Untuk semua crew Radio Saka FM, tetaplah menggunakan bentuk komunikasi yang solid dan mempererat kekeluargaan seperti sekarang ini, tetap junjung nilai persaudaraan antara sesama
5. Untuk para pendengar radio Saka FM, tetaplah mendengarkan siaran radio Saka FM karena banyak sekali ilmu-ilmu yang didapatkan, serta menambah wawasan keislaman bagi para pendengar.

C. Kata Penutup

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

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan program-program acara di Radio Saka FM Jogja pada khususnya, juga untuk kemajuan di bidang *Broadcasting* pada umumnya. Akhirnya kepada Allah SWT peneliti berserah diri dengan memohon pertolongan dan petunjuk-Nya agar skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti dan pembaca secara umum.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

Colin Fraser, dkk, *Buku Panduan Radio Komunitas,* Jakarta : UNESCO Jakarta Office, 2001.

Combine Resource Instution, *Radioku Radiomu Radio Kita Produksi Siaran untuk Radio Komunitas seri 1,* Yogyakarta: CRI, 2003.

Effendi Gazali, *Penyiaran alternatif tapi mutak : sebuah acuan tentang penyiaran public dan komunitas,* Jakarta : Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UI, 2002.

Fred Davi, *Manajemen Strategis: Konsep-konsep.* Indeks :Jakarta, 2004.

Josept. A Devinto, Alih Bahasa Agus Maulana MSM, *Komunikasi Antar Manusia,* Bandung: Mandar Maju, 1990.

Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi, Jakarta: Kencana Media Group,* 2006.

Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional,* Yogyakarta: Pustaka Populer LKIS, 2005.

Masduki, *Radio Siaran Dan Demokratisasi,* cet Ke-1, Yogyakarta: Jendela, 2003.

McQuail Dennis , *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba. Humanika, 2011.

Miftahuddin, *Perencanaan Strategi bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar , 1999.

Moleong L. J. A. 1989. *Metode penelitian Kualitatif.* Remaja Rosa Karya. Bandung.

Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Pmengelola Radio & Televisi,* Jakarta : Kencana Predana Media Group, 2008.

Onong Uchjana Effendy, *Kamus Komunikasi,* Bandung: Mandar Maju, 1989.

Onong Uchjaya Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek* , Bandung : Remaja Rosda Karya, 1999.

Ramlie R. Merta Wijaya,. *Strategi Pengenalan Administratif.* Bandung: Angkasa, 1991.

Susan Tyler Eastman, *Broadcast/cable programming: Strategi and Practices,* California: Wadsworth Publishing Company, 1985.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Skripsi:

Dwi Propitasari (2016) "Strategi Pemasaran Radio Utari FM Cilacap dalam Meningkatkan Jumlah Pemasang Iklan" [skripsi]. Purwokerto : IAIN Purwokerto.

Frayuda Ukivia Rozaq. (2017). Strategi Komunikasi 92. 9 Fm Solo Radio Dalam Mendapatkan Perhatian Pendengar [skripsi]. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.

M. Rizki Majistra Abdi. (2017). Strategi Komunikasi Radio Dakwah Dalam Memperoleh Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio KITA 94,3 FM Cirebon) [skripsi]. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ulya Afifiyah. (2019). Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar [skripsi]. Salatiga : Institut Agama Islam Negeri (Iain) Salatiga.

Jurnal:

Corry Novrica AP Sinaga. (2017). Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya . *Jurnal Interaksi, 1,* 1-16.

Dinda H.N., & Besti R.S. (2019). Strategi Komunikasi Penyiar Radio Sla Fm 105.6 Mhz Takengon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar. *Jurnal Social Opinion, 4,*1-13.

Nurhasanah Nasution. (2018). Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss Fm Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. *Jurnal Interaksi, 2,*145-156.

Trientje Marlein Tamtelahitu.(2020). Strategi Komunikasi Radio Ukim Fm Melalui Media Sosial Dalam Menggaet Pendengar. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media, 4* ,142-152.

Internet :

https://www.selamatpagi.id/pengertian-radio/

http://5martconsultingbandung.blogspot.com/2010/10/pengertianradio.htm

(*https://roeewhatsupsoe.wordpress.com/2012/10/17/keunggulan-radio-kekurangan-radio/*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

CURRICULUM VITAE

DATA PRIBADI

Nama	: Rahmani Ngayuwanti
Tempat, Tanggal Lahir	: Yogyakarta, 25 April 1998
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Alamat	: Karangnongko RT 08 Panggungharjo Sewon Bantul, Yogyakarta.
Nomor Telepon	: 089694265998
E-mail	: rahmangayuwanti@gmail.com
Kewarganegaraan	: Indonesia

PENDIDIKAN FORMAL

1. 2017 – 2021 Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. 2014 – 2017 SMK Negeri 1 Bantul
3. 2011 – 2014 SMP Negeri 2 Bantul
4. 2005 – 2011 SD Negeri Jarakan
5. 2003 – 2005 TK Kuntum Melati

KEMAMPUAN

1. Menguasai komputer (Microsoft Office Word, Excel, Power Point) dan internet
2. Menguasai Bahasa Indonesia
3. Mengoperasikan software corel draw, adobe premiere.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PENGALAMAN ORGANISASI

Suka TV UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

RIWAYAT KARIER

Juli-September 2016 Praktek Kerja Lapangan di Nandy Photo Tamantirta Kasihan, Bantul.

15 September-30 Desember 2020 Praktek Kerja Lapangan (Magang) di Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA