

**SEGMENTASI PENDENGAR ACARA NGAJI BARENG MAS
IIP DI RRI PRO 2 YOGYAKARTA**

SKRIPSI



**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Starta Satu Komunikasi Islam**

Disusun Oleh:

MUTTAQIN

06210038

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2010**

MOTTO

Waktu terus berjalan, tidak akan pernah menunggu dan tidak akan pernah kembali. Jika engkau selalu terdiam, maka engkau akan tertinggal. Dan

Tingkah lakumu, perbuatanmu, perkataanmu, pendapatmu, hidup dan matimu adalah ”dakwah”(Muttaqin).

PERSEMBAHAN

Karya ini ku persembahkan untuk: kedua orang tua ku yang sangat ku cintai K.H Mulyaman dan Ny. Hjh. Aninah. Yang telah melahirkan, mendo'akan, membiayai dan memberikan semangat tiada henti. Semoga ini salah satu bukti "Birrul walidain" anak kepada orang tua.

Untuk saudara-saudara kandung kedua kakakku yang tercinta (Mu'minah dan Khodijah), untuk kedua adikku (Nurdin dan Muhammad mubarrak) juga keponakanku (Nia dan Billa). Yang tanpa henti-hentinya ceria, tertawa bersama. Almamaterku tercinta "UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta". Kepada siapa saja dimanapun berada, yang telah mendukung baik moril maupun materil. Hingga tercapainya sebuah harapan. Maka, pengorbananmu adalah hutang bagi ku. Kepada siapa saja yang dapat merubah hidupku untuk menuju yang terbaik, insan penyejuk hati dan penyemangat, yang selayaknya akan ku kenang dan ku do'akan semoga Allah membalas kebaikannya dengan balasan yang berlipat ganda. Amien.

ABSTRAKSI

SEGMENTASI PENDENGAR ACARA NGAJI BARENG MAS IIP DI RRI PRO 2 YOGYAKARTA.

Muttaqin

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, munculnya karya dan teknologi baru, disertai dengan adanya era globalisasi, kiranya sulit untuk menafikan program siaran pada media, baik itu media cetak maupun elektronik. Hadirnya media, baik itu televisi, radio, surat kabar atau internet, pada dasarnya merupakan manifestasi sebuah peradaban dan kebudayaan manusia itu sendiri, ia hadir begitu cepat hingga sampai ke pelosok desa yang terpencil sekalipun. Media hadir pada posisi netral, ia akan menyiarkan atau menampilkan sebuah cerita atau hal apapun yang baru dan fenomena yang sedang terjadi pada saat itu.

Radio adalah salah satu alat komunikasi yang digunakan masyarakat. Fungsi radio adalah menyiarkan program acara, baik berupa informasi atau hiburan. Radio Republik Indonesia (RRI) Pro 2 Jogja, mempunyai komitmen yang sangat besar dalam upaya mengajak pendengar agar menjalankan hidupnya tanpa harus meninggalkan ajaran-ajaran agamanya, dengan menyelenggarakan Acara siaran “Ngaji bareng mas Iip” yang langsung disiarkan setiap Selasa Malam dari Jam 19.30-21.00 WIB.

Acara yang berdurasi selama satu setengah jam ini, mendapat respon baik dari pendengar, bahkan banyak pendengar baik di usia muda atau tua, bertanya masalah yang dihadapinya. Dengan demikian, saya tertarik untuk meneliti tentang “Segmentasi pendengar acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja” tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui segmentasi pendengar acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja, dengan melalui metode penelitian melalui subjek atau objek penelitian, sumber data, tehnik pengumpulan data, baik itu dokumentasi dan wawancara, serta analisis data.

Data dianalisis dengan tehnik segmentasi pendengar, kemudian dibentuk penataan hingga penetapan segmentasi pendengar acara tersebut. Dari penelitian tersebut, segmentasi pendengar acara ngaji bareng mas Iip meliputi segmentasi demografis, psikografis, dan geografis.

Acara ngaji bareng mas Iip, dilihat dari segmentasi demografis, yaitu laki-laki dan perempuan, usia dari 14 tahun sampai 50 tahun, SES A+B+C, pendidikan Jenjang SMP, S1 sampai S2 dan keagamaan adalah ummat Islam. Segmentasi demografis acara tersebut, yaitu pendengar ingin mengetahui lebih dalam tentang hukum syar’i, ingin mengetahui akhlaq yang di contohkan rosulullah dan keinginan untuk menghilangkan sifat buruk yang ada pada diri sendiri atau orang lain. Segmentasi geografis acara tersebut meliputi provinsi Yogyakarta dan daerah sekitarnya, seperti kabupaten Klaten, kabupaten Magelang, kabupaten Purworejo, kabupaten Kebumen, kabupaten Boyolali dan kabupaten Wonosobo.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله الذي أرسل رسوله بالهدى ودين الحق ليظهره على الدين كله والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين وعلى آله وصحبه أجمعين. أما بعد.

Puji syukur Alhamdulillah penulis haturkan kepada Allah SWT, yang tiada henti-hentinya mencurahkan karuniah nikmat, rahmat dan hidayah serta inayah-Nya kepada hamba-hamba-Nya. Sehingga penyusunan skripsi ini, dapat berjalan dengan lancar tanpa suatu halangan apapun. Sholawat dan salam, tetap terlimpahkan keharibaan nabi agung Muhammad SAW, sebagai teladan ummat di jagat raya ini. Sang penabur dakwah Islamiyah yang sempurna, pengumandang kebenaran, sehingga mampu menunjukkan ummat kepada jalan yang diridhai Allah SWT.

Skripsi ini, merupakan salah satu karya ilmiah yang diajukan kepada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar sarjana. Sebagai manusia biasa, penulis akui bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini, tidaklah mudah dan tak mungkin diselesaikan dengan baik, tanpa adanya dukungan baik berupa moril maupun materil dari berbagai macam pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Oleh karena itu, penyusun sampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya, kepada semua pihak yang telah membantu dan mendoakan. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Drs. H. M. Kholili, M.Si. Selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah membimbing penelitian ini hingga selesai.
2. Prof. Dr. H.M Bahri Ghazali, M.A. Selaku Dekan Fakultas Dakwah, yang senantiasa memberikan arahan, dorongan dan do'anya kepada penulis.
3. Ibu Dra. Hj. Evi Septiani TH, M.Si. Selaku ketua jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk berdiskusi. mengenai berbagai hal termasuk materi ke-KPI-an.
4. Bapak Eddy-Yono. Selaku pimpinan RRI pro 2 Yogyakarta, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara.
5. Mas Sammy, mba Esti selaku staf dan penyiar acara ngaji bareng mas Iip di RRI pro 2 Jogja, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara.
6. Sahabatku senasib dan seperjuangan, Didik, Choi, Dede, Nasik dan semua teman-temanku di KPI Fakultas dakwah UIN sunan kalijaga Yogyakarta, khususnya semua teman-temanku angkatan 2006 yang maaf tidak saya sebutkan semuanya, yang telah membantu dan bekerjasama dalam segala hal.
7. Rekan-rekanku ka' Wasito, ka' Mujib, ka' Ilyas, Ka' Aris dan semua ustadz/ustadzah TPA/TKA Masjid Attaqwa Balapan, yang selalu memberikan semangat dan do'anya selama ini.
8. Semua keluarga mbah KH. Ma'mun Muhammad Muro'i, dan seluruh keluarga mbah K.H. Masykur atau seluruh keluarga Bani Muhammad di Yogyakarta, yang telah memberikan motivasi dan do'anya.

9. Bapak Drs. Askia M.T, Bapak Drs. Abdul Muis Hulaimi, bapak/ibu Sigit Sutopo dan seluruh pengurus takmir beserta jamaah Masjid Azzaituun Demangan, yang maaf tidak saya sebutkan semuanya atas do'a dan dukungannya.

10. Terakhir tetapi paling utama adalah ayahanda dan ibunda, kakak dan adik tercinta, yang telah memberikan motivasi, cinta dan kasihnya.

Tanpa dorongan mereka, skripsi ini hanyalah kumpulan kertas dan huruf yang tak berarti. Berkat bantuan mereka, baik moril maupun materil, penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terakhir, tentu skripsi ini masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Untuk itu, penulis membutuhkan kritik konstruktif baik dari para dosen penguji maupun rekan mahasiswa dan semua pembaca, untuk melengkapi ketidak sempurnaan tersebut.

Akhirnya penulis hanya bisa berdo'a, semoga amal baik mereka mendapat pahala yang berlipat ganda, tercatat sebagai amal shaleh dan mendapat ridho dari Allah SWT. Amien.

Yogyakarta, 28 Juni 2010

Muttaqin

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Surat Pernyataan Keaslian.....	ii
Halaman Nota dinas.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Halaman Abstraksi	vii
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Lampiran	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	001
B. Latar Belakang Masalah	006
C. Rumusan Masalah	011
D. Tujuan Penelitian	011
E. Kegunaan Penelitian	011
F. Tinjauan Pustaka	012
G. Kerangka Teori	014
H. Metode Penelitian	023

BAB II. GAMBARAN UMUM RRI PRO 2 JOGJA

A. Profil RRI Pro 2 Jogja	028
B. Profil Daerah Jangkauan RRI Pro 2 Jogja	030
C. Deskripsi Acara Reguler RRI Pro 2 Jogja	041
D. Karakteristik Pendengar RRI Pro 2 Jogja	049
E. Acara Ngaji Bareng Mas Iip	051
F. Data Media RRI Pro 2 Jogja.	060

BAB III. SEGMENTASI PENDENGAR

A. Penetapan Segmentasi Pendengar Acara Ngaji Bareng Mas Iip.....	061
1. Mengevaluasi Segmentasi Pendengar	063
2. Memilih Segmentasi Pendengar	070
a. Segmentasi Demografis	070
b. Segmentasi Psikografis	077
c. Segmentasi Geografis	079
B. Penataan segmentasi Pendengar Acara Ngaji Bareng Mas Iip	092
1. Penataan Berdasarkan Kebutuhan Pendengar	092
2. Penataan Berdasarkan Keinginan Konsumen Yang Berbeda	094
3. Program Acara dan Penataan Segmen Pendengar.....	097
C. Manajemen RRI Yogyakarta	100
1. Struktur Organisasi RRI Yogyakarta	100
2. Data Karyawan RRI Pro 2 Jogja	101

BAB IV. PENUTUP

A. Kesimpulan	103
B. Saran-saran	105
C. Kata Penutup	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

CURICULUM VITAE

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Photo Acara

Lampiran 2. Pertanyaan Pendengar Acara Ngaji Bareng Mas Iip.

Lampiran 3. Lampiran Permohonan Izin Penelitian.

Lampiran 4. Lampiran Surat Keterangan Izin Penelitian Dari Bapeda

Lampiran 5. Lampiran Surat Keterangan Izin Penelitian Dari RRI

Lampiran 6. Lampiran Surat Pengesahan Skripsi / Tugas Akhir

Lampiran 7. Lampiran Sertifikat Praktikum.

Lampiran 8. Lampiran Sertifikat KKN.

Lampiran 9. Lampiran Sertifikat Penelitian dari RRI.

Lampiran 10. Lampiran Sertifikat Ujian Sertifikasi TI dan Computer

Lampiran 11. Lampiran Sertifikat Ujian Bahasa Inggris

Lampiran 12. Lampiran Sertifikat Ujian Bahasa Arab.

BAB I

PENDAHULUAN

A. PENEGLASAN JUDUL

Untuk memperjelas dan menghindari kesalahpahaman dalam skripsi yang berjudul “**SEGMENTASI PENDENGAR ACARA NGAJI BARENG MAS IIP DI RRI PRO 2 YOGYAKARTA**”, maka penulis perlu menjelaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul tersebut, serta pembatasan lebih lanjut mengenai maksud yang ada pada karya ini. Adapun penjelasan dan pembatasan tentang istilah yang dipakai, yaitu sebagai berikut:

1. Segmentasi Pendengar

Dalam kamus lengkap bahasa Indonesia, segmentasi artinya pembagian dalam segmen; pembagian dalam struktur sosial dalam unit yang sama.¹ Segmen juga dapat diartikan kesatuan pelanggan yang sama-sama memiliki keinginan tertentu². Sedang pendengar adalah komunikan atau lebih tepatnya orang yang menjadi sasaran peran atau informasi.³ Jadi, Yang dimaksud segmentasi pendengar adalah pembagian atau pengelompokan atau juga pembagian pendengar yang sama-sama memiliki keinginan tertentu ditinjau berdasarkan target pendengar atau segmentasi pendengar berdasarkan tingkat usia, jenis kelamin, agama, ras dan sebagainya. Dengan demikian dalam konteks pengertian tersebut

¹ Andini T. Nirmala dan Aditya A Pratama, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya : Prima media 2003), hlm. 402.

² David Arnold, *Pedoman dalam Manajemen Merek* (Surabaya: PT Kentindo Soho, 1996), Hlm. 68.

³ Peter Salim dan Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontenporer*, (Jakarta: Modern English Press, 1991), Hlm. 1149.

penelitian ini bermaksud untuk mengetahui ada tidaknya segmentasi terhadap pendengar acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja.

1. Acara Ngaji Bareng Mas Iip.

Acara ngaji bareng mas Iip, adalah acara kajian tentang agama Islam bersama mas Iip. Dimana acara tersebut salah satu program siaran agama Islam RRI Pro 2 Jogja yang langsung disiarkan setiap Selasa malam dari jam 19.30-21.00 WIB. Acara yang berdurasi selama satu setengah jam ini, disiarkan dengan format acaranya yaitu ceramah singkat selama kurang lebih 10 menit, lalu dilanjutkan dengan tanya jawab dengan pendengar, baik langsung ketika acara itu terbuka ataupun melalui *SMS* ketika acara tersebut disiarkan lewat studio RRI, atau menjelaskan pertanyaan lewat *SMS* yang belum sempat terjawab pada minggu-minggu sebelumnya, dikarenakan banyaknya pertanyaan lewat *SMS* yang masuk. Karena RRI Pro 2 lebih ke anak muda, maka acara ngaji bareng mas Iip dirasa pas untuk mengenalkan keagamaan atau religiusitas kepada anak muda, namun tidak menutup kemungkinan juga bagi pendengar baik anak-anak, ibu / bapak untuk mendengarkan acara tersebut. Sebab ngaji bareng mas Iip juga membuka pertanyaan selebar-lebarnya mengenai masalah agama untuk siapa saja, baik anak-anak, remaja atau dewasa.

Tema yang diangkat pun seputar masalah keagamaan. Dari tema tersebut, topik yang diangkat sangat relevan pada masanya. Seperti masalah agama dan kaum muda pun kerap menjadi perbincangan. Antara lain *Facebook*, kepemimpinan dalam Islam, cara bergaul kaum muda,

nikah sirih, pacaran, atau seputar gejala asmara. Apalagi di masa-masa sekarang ini, dimana kaum muda khususnya atau pendengar umumnya kurang begitu memperhatikan tentang hukum atau batasan dalam bergaul, atau mereka mengerti tentang hukum tetapi masih sering tergoda dan menuju ke perbuatan yang sangat bertentangan dengan syariat Islam. Sehingga dengan mengikuti kajian ini diharapkan para pendengar setidaknya dapat mengetahui hukum atau mengingat kembali akan dampak keselamatan dirinya baik di dunia dan akherat, dan mendapat pencerahan tentang agama Islam atau juga dapat inspirasi untuk selalu berupaya merubah diri dari perilaku yang kurang baik menuju jalan yang di ridho Allah SWT dan menjaga iman dan taqwa pada Allah SWT.

Menarik, karena acara ngaji bareng mas lip yang diselenggarakan RRI Pro 2 Jogja, sekarang-sekarang ini membawa inovasi dan cocok bagi pendengar, hingga tidak sedikit pendengar yang bertanya tentang permasalahan yang menyangkut dirinya. Dengan banyaknya pendengar yang bertanya, tentu perlu diketahui segmentasi pendengar acara tersebut. Acara ngaji bareng mas lip, menyampaikan tema-tema yang pas buat pendengar, dimana tema-tema yang di tawarkan tersebut adalah peristiwa yang sedang *booming* saat itu, hingga tidak sedikit pendengar yang antusias mendengarkan acara tersebut dan mendapat kesempatan untuk bertanya baik langsung ketika acara yang di selenggarakan secara terbuka di auditorium RRI Pro 2 Jogja, atau melalui *SMS* ketika acara tersebut

disiarkan lewat studio RRI Pro 2 Jogja. Sehingga pendengar khususnya kaum muda mendapat pelajaran dan bekal atas acara tersebut.

Berangkat dari acara yang sangat menarik dan begitu banyak pendengar yang bertanya tentang masalah yang sedang dihadapi juga mengandung unsur dakwah itulah saya tertarik untuk meneliti tentang “Segmentasi pendengar acara ngaji bareng mas Iip” di RRI Pro 2 Jogja tersebut.

3. RRI Pro 2 Jogja.

Programa 2 Radio Republik Indonesia, atau yang biasa disebut RRI Pro 2 Jogja, adalah salah satu wujud pelayanan kepada publik di daerah istimewa Yogyakarta. Pro 2 Jogja, bertujuan melayani pendengar radio di wilayah perkotaan, namun daerah-daerah sub urban pun juga dapat menikmati siaran Pro 2 Jogja dengan nyaman.

Penyiaran berbasis pendengar juga, menjadi salah satu kunci sukses pro 2 Jogja, dalam melayani mitra Pro 2 Jogja (sebutan untuk pendengar pro 2 Jogja). Diperkuat dengan tenaga-tenaga siaran yang profesional, peralatan yang memadai, serta kemauan kuat untuk memberikan layanan terbaik, Pro 2 Jogja memiliki keyakinan untuk mendorong terwujudnya pendengar yang tanggap informasi (*well inform*) melalui acara-acara yang informatif, dakwah dan menghibur dengan melibatkan partisipasi publik.

Tujuan utama siaran RRI Pro 2 Jogja adalah :

- a. Menyelenggarakan siaran acara kajian dan siaran informasi, yang dapat meningkatkan kepedulian mitra Pro 2 Jogja, terhadap lingkungannya.
- b. Menyajikan siaran musik yang apresiatif, sesuai cita rasa mitra Pro 2 Jogja.
- c. Bekerja di frekuensi 102,5 MHz. Pro 2 Jogja, siap untuk menjadi saluran cita rasa dan gaya hidup mitra Pro 2 Jogja.

Dari uraian diatas tadi, yang dimaksud segmentasi pendengar acara ngaji bareng mas lip di RRI Pro 2 Jogja adalah pengelompokan atau pembagian pendengar yang sama-sama memiliki keinginan tertentu ditinjau berdasarkan target pendengar, maka pada segmentasi pendengar acara ngaji bareng mas lip di RRI Pro 2 Jogja, akan diteliti tentang pembagian pendengar yang sama-sama memiliki keinginan mendapatkan pengetahuan dan jawaban acara tersebut, ditinjau berdasarkan target pendengar atau segmentasi pendengar bedasarkan segmentasi demografis, segmentsi psikografis dan segmentasi geografis. Berkaitan dengan salah satu tujuan RRI Pro 2 Jogja, berupa terselenggaranya acara kajian atau siaran agama Islam dengan tema acara ngaji bareng mas lip. Acara tersebut, mendapat respon yang bagus dari pendengar, hingga banyakya pendengar baik itu usia muda atau dewasa, baik di provinsi Yogyakarta atau wilayah sekitarnya, yang menanti jawaban atas pertanyaan yang telah di ajukan ketika acara berlangsung. Dengan demikian, acara tersebut memungkinkan adanya segmentasi pendengar baik segmentasi demografis, geografis dan psikografis.

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, mengakibatkan perkembangan ilmu pengetahuan, munculnya karya dan teknologi baru. Dengan adanya era globalisasi, kiranya sulit untuk menafikan program siaran pada media, baik itu media cetak maupun elektronik. Hadirnya media, baik itu melalui televisi, radio, surat kabar atau internet, pada dasarnya merupakan manifestasi sebuah peradaban dan kebudayaan manusia itu sendiri. Ia hadir begitu cepat hingga sampai ke pelosok desa yang terpencil sekalipun. Media hadir pada posisi netral. Ia akan menyiarkan atau menampilkan sebuah cerita dan hal yang baru serta fenomena yang sedang terjadi pada saat itu. Hingga dengan kenetralan media, ia justru mudah dimasuki oleh berbagai kepentingan seperti politik, bisnis atau program siaran dari berbagai macam agama itu sendiri. Era globalisasi menciptakan tantangan yang lebih besar dan menuntut manusia agar dapat berpikir lebih keras sehingga dapat menentukan sikap untuk menerima tantangan tersebut.

Sejalan dengan perkembangan teknologi yang kian canggih, berdampak pada perubahan sosio-kultural, tidak terkecuali perubahan bentuk, pola dan peralatan komunikasi yang digunakan oleh masyarakat, kini masyarakat membutuhkan informasi secara cepat, akurat tentang perkembangan terakhir sesuai dengan situasi segala aspek kehidupan. Komunikasi tidak lagi hanya dilakukan secara personal (komunikasi yang hanya melibatkan dua orang saja), namun sudah dilakukan lewat kelompok dan komunikasi massa. Dengan demikian, ada satu perkembangan yang

semakin kompleks. Ditinjau dari media yang digunakan juga semakin kompleks. Misalnya radio, televisi, surat kabar media tradisional dan lain-lain yang kesemuanya mempunyai kelebihan dan kekurangannya sendiri.¹ Efek radio , surat kabar, majalah, lebih-lebih buku dalam menyebarkan informasi dan mananamkan pengertian telah terbukti, baik dengan penelitian lapangan maupun penelitian historis.²

Sebagai bagian dari ilmu sosial, maka ilmu komunikasi sarasannya adalah pernyataan pesan dan teknik penyampaian pesan yang disampaikan. Sebab, sebagai makhluk yang paling sempurna, manusia dikarunia akal pikiran. Dengan akal dan pikiran itulah manusia mengalami perubahan, dan perubahan itu tak lepas dari komunikasi. Dalam komunikasi sendiri ada pesan yang disampaikan, entah pesan itu disampaikan secara verbal (bahasa lisan) atau nonverbal (bahasa isyarat).

Salah satu komunikasi yang digunakan masyarakat adalah radio. Fungsi radio adalah menyiarkan program acara, baik berupa informasi atau hiburan. Khalayak mendengarkan program acara dari radio tersebut, karena khalayak memerlukan hiburan, informasi mengenai berbagai peristiwa atau hal yang terjadi di bumi kita ini.³ Banyak stasiun mengudara, mereka muncul dengan segmentasi khusus di bidang tertentu. Ada yang membidik pendengar dari sisi usia, jenis kelamin, jenis musik dan ragam acara. Dari semua acara

¹ Nasrudin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 123.

² Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), Hlm. 231.

³ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Karya CV, 1986), hlm. 82.

yang terprogram, tentunya tak lepas dari pada dakwah yang terkandung di dalamnya.

Selain menyampaikan hiburan, informasi yang aktual, kini radio juga dijadikan suatu media dakwah. Dakwah dilihat dari sudut pandang manusia, merupakan suatu yang dibutuhkan oleh umat manusia, karena membawa muatan pesan moral dan ajaran nilai-nilai Islam yang menyebabkan terjadinya perubahan persepsi, sikap dan tingkah laku pendengar agar selalu mendapat keselamatan baik di dunia ataupun di akherat kelak.

Dampak dari perubahan sosiokultural, menyentuh langsung lembaga atau organisasi dakwah yang ditandai dengan ketidakmampuan melihat masalah secara jelas, tema dakwah yang lama mulai kehilangan relevansinya, dan model dakwah yang ada, tidak dapat untuk melihat dan memecahkan masalah yang sudah semakin rumit. Sedangkan pembangunan nasional yang merupakan upaya perubahan sosial yang direncanakan, khusus dalam bidang agama belum memberikan alternatif pembangunan sistem dakwah agar dapat berfungsi secara efektif dan efisien.⁴

Kehadiran radio menjadi pioneer alat komunikasi masyarakat, sempat diragukan dengan kehadiran televisi dan internet. Namun realita yang ada, radio tidak terusik begitu saja. Fleksibilitas yang dimilikinya menjadi kunci dan tidak bisa disaingi oleh media dalam bentuk berbeda. Sebagaimana bukti pada masa-masa sekarang ini tidak sedikit stasiun radio swasta baru bermunculan hingga di daerah terpencil sekalipun. Kelebihan radio tak kalah

⁴ Amrullah Achmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Social*, (Yogyakarta: PLP2M, 1983), hlm. 3.

menarik daripada televisi, koran, dan internet. Radio bisa didengarkan sambil tiduran, menyetir sepeda motor/mobil dan bahkan sambil berjalan. Dimana itulah yang mungkin menjadi resep radio bertahan sampai akhir zaman.

Seiring dengan munculnya globalisasi, bisnis radio pun semakin menggeliat, terutama setelah kran frekuensi terbuka lebar. Segmentasi kemudian dipatok dengan ketat. Kita bisa memilih radio menurut usia mulai radio anak-anak, radio SMP, Radio SMA, radio mahasiswa, radio pekerja muda, radio dewasa hingga radio paruh baya. Persaingan yang semakin ketat menuntut pengelola radio mengalihkan segmentasi pasarnya secara khusus dengan menampilkan siarannya masing-masing untuk berlomba-lomba mengikat hati pendengar, karena disadari atau tidak disadari, pendengar hanya akan memperhatikan apa yang menarik dan bermanfaat bagi dirinya.⁵

Semua media apapun bentuknya baik media cetak, televisi atau radio, pasti mempunyai pertanyaan ini: “Pemirsa atau pendengar seperti apakah yang harus di cari untuk menjadi target atau sasaran dari acara yang di tawarkan?”. Pertanyaan ini tentunya harus dijawab sebelum media itu memulai kegiatan acara penyiarannya. Salah satu kesuksesan media adalah terletak pada siaran acara yang merupakan “akar” dari pertanyaan tersebut. Keberhasilan media tentu saja sangat tergantung dari pendengarnya dan mulai dari siapa pendengarnya, bagaimana karakteristik pendengar yang akan mempengaruhi proses penerimaan acara tersebut. Semuanya tak lepas dari segmentasi pendengar.

⁵ J.B. Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, (Jakarta: Gramedia, 1994), hlm. 115.

Dalam pembuatan program acara siaran, tentunya program acara yang banyak diminati pendengar, acara siaran mampu mensegmentasikan acaranya berdasarkan pendengar. Pasalnya tidak sedikit acara radio-radio khususnya di Jogja yang tidak memperhatikan acaranya berdasarkan segmentasi pendengar. Oleh karenanya, dalam stasiun radio manapun tetap selalu memperhatikan acaranya, apakah acara tersebut sudah diterima atau sudah tersampaikan ke khalayak.

Merebaknya media massa penyiaran akhir-akhir ini menimbulkan dampak signifikan bagi RRI, hal tersebut mengakibatkan mau tidak mau RRI menghadapi persaingan sangat ketat. Untuk menghadapi persaingan itu, secara programis kini RRI berupaya menyajikan acara yang menarik perhatian pendengar. Dimana produk acara yang akan disajikan memiliki standar kualitas tinggi sehingga memenuhi kelayakan untuk disiarkan, menjunjung tinggi prinsip keseimbangan dan mampu berperan objektif keberpihakan penyiaran bukan untuk siapa, tetapi kepada kebenaran dan keindahan.

Oleh karena itu, RRI Pro 2 Jogja berkomitmen untuk menyelenggarakan siaran acara ngaji bareng mas Iip yang langsung disiarkan setiap Selasa malam dari jam 19.30-21.00 WIB, dimana acara tersebut sangat menarik untuk didengar oleh audiens, bahkan acara tersebut telah memberikan banyak solusi terhadap problema pendengar yang meminta jawaban atas masalahnya hanya dengan mengirimkan pertanyaan lewat *SMS*.

Oleh karena itulah dalam penulisan tugas akhir saya memilih segmentasi pendengar acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang di atas dapat di tarik beberapa permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana penetapan segmentasi pendengar acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja?
2. Bagaimana penataan segmentasi pendengar acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja?

C. TUJUAN PENELITIAN.

Pada umumnya setiap penelitian yang dilakukan oleh seseorang itu selalu dilandasi oleh tujuan yang ingin dicapai. Demikian pula dalam penelitian ini penulis menginginkan tujuan tersebut agar tercapai dari penelitian ini antara lain

1. Untuk mengetahui bagaimana penetapan sasaran segmentasi pendengar acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja
2. Untuk mengetahui penataan sasaran segmentasi pendengar acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Adapun kegunaan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritik

- a. Dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya disiplin dalam ilmu dakwah.

- b. Dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) fakultas dakwah, dalam mengembangkan kurikulum khususnya yang berkaitan dengan media massa.
- c. Diharapkan informasi yang diperoleh melalui penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan dalam pengembangan dan penilaian terhadap radio.
- d. Diharapkan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dijadikan pedoman bagi peminat terhadap media radio untuk menambah cakrawala pengetahuan di bidang komunikasi khususnya mengenai media radio.

2. Kegunaan Praktis

Sedangkan kegunaan dari penelitian secara praktis ini adalah menjadi sumber informasi bagi yang berminat melakukan penelitian tentang segmentasi pendengar di berbagai media massa khususnya radio, sekaligus memberikan masukan kepada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tentang segmentasi pendengar pada acara ngaji bareng mas lip di RRI Pro2 Jogja.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian dengan topik segmentasi pendengar terhadap media khususnya media massa, bukan suatu hal yang sama sekali baru. Banyak para peneliti terdahulu yang telah melakukan penelitian terkait dengan topik permasalahan ini. Diantara penelitian ilmiah serupa yang pernah diteliti ialah karya Noor Muhammad Yuhri, dengan judul skripsi “Segmentasi *Pendengar*

Pada Radio, (Study Pada Radio Channel 5 100,9 FM Good Fimes and Great Memorie). Dalam penelitian ini, fokus pendengar pada radio chanel 5 100,9 FM *Good fimes and Great memories* saja, dimana metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian bahwa audiens yang mendengarkan radio chanel 5 100,9 FM *Good fimes and Great memories* adalah wanita. Dalam aktivitas siarannya terprogram dakwah Islami yang meliputi manajemen qalbu, nuansa beriman, pengumandangan adzan. Materi dakwah disiarkan meliputi bidang aqidah, syariah, ahlaq dan materi-materi tersebut merupakan standarisasi kebutuhan pengetahuan masyarakat yang secara garis besar telah menjawab berbagai persoalan di masyarakat dan acara religi tersebut mayoritas audien adalah wanita.⁶

Penelitian serupa lainnya adalah karya Anis wahdi, dengan judul skripsi "*Program siaran agama islam di radio global FM (Ditinjau dari segmentasi audiens)*". Dalam skripsi ini yang menjadi fokus adalah untuk mengetahui dan mengungkapkan praktek siaran agama Islam ditinjau dari segmentasi audiens. Artinya disini penulis benar-benar mengungkap proses siaran agama Islam di radio global FM. Penelitian ini hanya di radio global yang mempunyai *Frequency Modulation (FM)* 107,6 MHz dengan alamat kompleks Perum Gedongkuning A-19, Jl. Kusuma Negara, Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian bahwa audiens yang mendengarkan radio Global FM, adalah, terbatas pada usia remaja dan dewasa, status ekonomi A + B dengan wilayah

⁶ Noor Muhammad Yuhri, *Segmentasi Pendengar Pada Radio Channel 5 100,9 FM*, Skripsi sarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2008.

Kodya Yogyakarta, kabupaten Sleman, kabupaten Bantul, Wates, Muntilan, Kutoarjo, Kalasan, Prambanan, dan Klaten.⁷

Penelitian tentang segmentasi pendengar, yang dilakukan oleh Noor Muhammad Yuhri dan Anis wahdi, fokus pada radio dengan mengaitkan segmentasi beberapa acara siaran pada radio yang diteliti, lalu dari beberapa acara siaran tersebut memiliki masing-masing segmentasi pendengar. Berbeda dengan penelitian skripsi ini, segmentasi pendengar di fokuskan kedalam satu acara yaitu acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja.

F. KERANGKA TEORITIK

1. Segmentasi Pendengar.

Teori segmentasi pendengar, aslinya dikembangkan oleh pemasang iklan, yang menyebutnya sebagai segmentasi pasar (*Market Segmentation*), dimana segmentasi pasar membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang di bedakan menurut kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku, yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda⁸. Pasar terdiri dari banyak pembeli, dan para pembeli tersebut berbeda untuk satu hal atau lebih hal. Mereka dapat berbeda dalam kebutuhan, sumber daya, lokasi dan sifat.

Pertiwi dan Swastha mendefinisikan segmentasi sebagai suatu proses membagi pasar kedalam segmen-segmen dari pelanggan-pelanggan

⁷ Anis Wahidi, *Program Siaran Agama Islam di Radio Global FM, (ditinjau dari Segmentasi Audiens)*, Skripsi Sarjana Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009

⁸ Rambat Lupiyodi, *Manajemen Pemasaran Jasa:Teori dan Praktek*, (Jakarta: Selemba Empat, 2001), hlm. 34.

potensial dengan kesamaan karakteristik yang menunjukkan adanya kesamaan perilaku pembelian.⁹

Segmentasi merupakan hal yang penting bagi perusahaan di masa sekarang, termasuk bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Beberapa alasan mengapa segmentasi merupakan hal yang penting adalah:

- a. Semakin majunya kehidupan manusia, semakin heterogen masyarakat, semakin beragam kebutuhan dan selera masyarakat serta tidak mungkin ada satu produk yang dapat memuaskan secara tepat seluruh kebutuhan masyarakat.
- b. Semakin maju perekonomian, akan semakin banyak kompetitor yang harus dihadapi oleh perusahaan. Segmentasi akan mencegah perusahaan membuang-buang sumber dayanya di tempat yang tidak tepat. Segmentasi akan membantu perusahaan untuk menyimpan sumber dayanya secara cepat di tempat yang tepat.
- c. Segmentasi akan membantu perusahaan untuk meraih *competitive advantages* terhadap saingan-saingan melalui diferensiasi produk.
- d. Sebuah produk mungkin tidak dapat memuaskan semua golongan masyarakat, tetapi mungkin dapat memuaskan suatu golongan masyarakat yang homogen. Segmentasi akan membantu perusahaan

⁹ Pratiwi dan Swhasta, *Kelemahan dan Kelebihan Segmentasi Audiens*, (Surabaya: Rosda Karya, 2002), hlm. 32

menemukan segmen-segmen yang dapat dilayani secara maksimal oleh perusahaan.¹⁰

- e. Semakin pentingnya segmentasi sebagai basis untuk target pasar, kian mendekati kecanggihan yang bertambah dalam menggambarkan segmen pasar, dan juga pendekatan yang kian proaktif dalam menggunakan informasi pasar untuk memperoleh kemungkinan positioning yang menguntungkan, dalam hal ini membutuhkan pengertian apa segmen itu sebenarnya. Dengan menggunakan kebutuhan dan keinginan yang digabung bersama sebelumnya, segmentasi adalah kesatuan pelanggan yang sama-sama memiliki keinginan tertentu.¹¹

Semakin pentingnya segmentasi pendengar sebagai basis untuk target siaran acara, kian bertambah dalam menggambarkan segmentasi pendengar, dan juga pendekatan yang kian proaktif dalam menggunakan siaran acara untuk mengetahui segmentasi pendengar pada suatu acara tersebut. DeFleur dan Ball-Rokeach melihat pertemuan khalayak dengan media berdasarkan tiga kerangka teoritis: perspektif perbedaan individual, perspektif katagori sosial, dan perspektif hubungan sosial.¹²

¹⁰ Rambat lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, (Jakarta: Selemba empat, 2001), hlm 39

¹¹ David arnold: *Pedoman dan Manajemen Merek*, (Surabaya: PT Kantindo Soho 1996), hlm. 68.

¹² Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm 203.

Perspektif perbedaan individual memandang bahwa siakap dan organisasi personal-psikologis individu akan menentukan bagaimana individu memilih stimuli dari lingkungan, dan bagaimana ia memberi makna pada stimuli tersebut. Setiap orang mempunyai potensi biologis. Pengalaman belajar, dan lingkungan yang berbeda. Perbedaan ini menyebabkan pengaruh media massa yang berbeda pula.¹³

Perspektif katagori sosial berasumsi bahwa dalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok sosial, yang reaksinya pada stimuli tertentu cenderung sama. Golongan sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, pendidikan, tempat tinggal, dan keyakinan beragama menampilkan respons. Anggota-anggota katagori tertentu akan cenderung memilih isi komunikasi yang sama dan akan memberi respons kepadanya dengan cara yang hampir sama pula. Pendengar remaja akan bertanya tentang hubungan bergaul atau pacaran secara islami. Ibu-ibu akan bertanya tentang bagaimana mendidik anak supaya menjadi soleh dan solehah.

Perspektif hubungan sosial menekankan pentingnya peranan hubungan sosial yang informal dalam mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa. Dalam model ini, informasi bergerak melewati dua tahap. Pertama, informasi bergerak pada kelompok individu yang relatif lebih tahu dan sering memperhatikan media massa. Kedua, informasi bergerak dari orang-orang itu – disebut ”pemuka pendapat” – dan

¹³ *Ibid*, hlm. 204

kemudian melalui saluran-saluran interpersonal disampaikan kepada individu yang bergantung kepada mereka dalam hal informasi.

Secara singkat, berbagai faktor akan mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa. Faktor ini meliputi organisasi personal psikologis individu seperti potensi biologis, sikap, nilai, kepercayaan, serta bidang pengalaman; kelompok-kelompok sosial dimana individu menjadi anggota; dan hubungan-hubungan interpersonal pada proses penerimaan, pengelolaan, dan penyampaian informasi.

2. Penetapan Sasaran.

a. Mengevaluasi segmentasi.

Dalam mengevaluasi segmentasi, harus memperhatikan dua faktor daya tarik segmen secara keseluruhan serta tujuan dan sumber daya perusahaan. *Pertama*, perusahaan harus menanyakan apakah suatu segmen potensial memiliki karakteristik yang secara umum membuatnya menarik, seperti ukuran, pertumbuhan, profitabilitas, skala ekonomi, resiko yang rendah. *Kedua*, perusahaan harus mempertimbangkan apakah berinvestasi di segmen tersebut masuk akal dengan memperhatikan tujuan dan sumber daya perusahaan. Beberapa segmen menarik mungkin dilepas karena mereka tidak berkaitan dengan tujuan jangka panjang perusahaan, atau segmen tersebut harus dilepas jika perusahaan kekurangan satu atau lebih kompetensi yang dibutuhkan untuk menawarkan nilai yang superior.

Jelas terlihat bahwa ada beberapa cara untuk mensegmentasi tapi tidak semua segmentasi itu bermanfaat dan efektif. Agar dapat berguna segmen-segmen haruslah:

- 1) Dapat diukur: Ukuran, daya beli, dan profil segmen dapat diukur.
- 2) Besar: Segmen cukup besar dan menguntungkan untuk dilayani.
Suatu segmen harus merupakan suatu kelompok homogen terbesar yang paling mungkin, yang berharga untuk diraih dengan program yang dirancang khusus.
- 3) Dapat diakses: Segmen dapat dijangkau dan dilayani secara efektif
- 4) Dapat di bedakan: Segmen-segmen secara konseptual dapat dipisah-pisahkan dan memberi tanggapan yang berbeda terhadap elemen dan program bauran yang berbeda.
- 5) Dapat diambil tindakan: Program-program yang efektif dapat dirumuskan untuk menarik dan melayani segmen-segmen tersebut.¹⁴

b. Memilih Segmentasi.

Untuk menentukan dasar alternatif untuk segmentasi, radio RRI Pro 2 Jogja dalam acara ngaji bareng mas lip dapat dilihat atas dasar demografis, psikografis, dan geografis.¹⁵

1) Segmentasi Demografis.

Segmentasi ini melibatkan berbagai faktor seperti jenis kelamin, usia, ukuran keluarga, pekerjaan, pendidikan, agama dan

¹⁴ Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*, (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hlm. 313.

¹⁵ Philip kotler dan A.B Susanto. *Manajemen pemasaran di Indonesia. Anais: Perencanaan Implementasi dan Pengendalian. Edisi Pertama*, (Jakarta. Salemba Empat 1999).

sebagainya. Faktor demografis adalah dasar yang paling populer untuk segmentasi group konsumen, terutama kebutuhan, keinginan, dan tingkat penggunaan konsumen sering beragam sejalan dengan variabel demografisnya.

2) Segmentasi Psikografis.

Segmentasi Psikografis (SP), adalah metode memilah-milah suatu pasar ke dalam segmen-segmen pada tingkah laku masyarakat, gaya hidup yang dianut, dan kelas sosial atau karakteristik kepribadian akan nilai. Dengan asumsi bahwa dalam lingkungan yang homogen sekalipun, pola aktifitas, pendengaran dan perilaku tiap orang bisa berbeda-beda, tergantung nilai dan gaya hidupnya. Segmentasi psikografis mencoba mengelompokkan dinamika preferensi dan pilihan pendengar berdasarkan kecenderungan psikologis. Jadi, segmentasi psikologis merupakan bagian yang membicarakan tentang gaya hidup seseorang, kepribadian, serta nilai.

a) Gaya hidup

Setiap orang memiliki gaya hidup yang berbeda, ada yang memakai gaya hidup mewah, sederhana dan sebagainya. Acara yang mereka lihat atau mereka dengar menunjukkan gaya hidup mereka

b) Kepribadian

Pemasaran telah menggunakan variabel kepribadian untuk melakukan segmentasi pasar. Mereka melengkapi kepribadian merek yang berhubungan dengan kepribadian konsumen.

c) Nilai

Beberapa pemasaran melakukan segmentasi berdasarkan nilai-nilai inti, yakni sistem kepercayaan yang melandasi sikap dan perilaku konsumen. Nilai-nilai inti jauh berbeda di dalam lubuk hati dibandingkan perilaku atau sikap konsumen, dan menentukan pada tingkat dasar, pilihan dan keinginan orang selama jangka panjang.¹⁶

3) Segmentasi Geografis.

Segmentasi geografis ini membagi ke dalam unit geografis yang berbeda seperti negara, regional, kota atau lingkungan pedesaan. Beroperasi di satu atau beberapa wilayah geografis, atau beroperasi di seluruh wilayah tapi memberikan perhatian untuk perbedaan kebutuhan dan keinginan untuk geografis masing-masing. Dalam hal ini segmentasi geografis yang akan di teliti tentang segmentasi pendengar berdasarkan daerah/region, perkotaan/pedesaan.

3. Penataan Sasaran

Pertimbangan pokok pikiran yang mendasari konsep pemasaran, bahwa perusahaan harus menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen

¹⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*, (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hlm. 304-305.

dan berusaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan tersebut. Dari hal ini tersirat dua pertimbangan lain, yaitu:

- a. Kebutuhan pendengar, umumnya dapat didefinisikan dalam bentuk program (informasi, jaminan, distribusi jasa).
- b. Pendengar yang berbeda, akan menginginkan atau membutuhkan hal yang berbeda pula. Kebutuhan konsumen dapat dipusatkan ke dalam bentuk program. Setiap konsumen dapat dilayani dengan baik berdasarkan keinginan dan kebutuhan mereka.¹⁷

Gagasan yang terakhir dipertegas ke dalam konsep “segmentasi pendengar,” yaitu bahwa atau kelompok pelanggan potensial yang mempunyai keinginan atau kebutuhan tertentu yang sama dan bahwa kelompok-kelompok ini dapat secara objektif dikenali.¹⁸ Mungkin banyak orang yang berpikir bahwa pemahaman mengenai segmentasi pendengar akan muncul secara alami dari semua kegiatan riset yang dikelola dengan semestinya. Hal ini ada memang benarnya, namun bila segmentasi itu dapat dibuktikan sendiri, maka ada kemungkinan memenangkan posisi akan berkurang. Segmentasi sebenarnya menawarkan lingkup kreativitas yang besar sebagaimana statisnya suatu keseluruhan pasar dalam hal ukuran. Keinginan pelanggan biasanya akan terus berubah.

¹⁷ Noor Muhammad Yuhri, ”*Segmentasi Pendengar Pada RadioChannel 5 100,9 FM,*” skripsi sarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2008.

¹⁸ Agus Maulana MSM, *Imajinasi Pemasaran.* (Jakarta: Airlangga, 1987), hlm 86.

E. METODE PENELITIAN

Penelitian ini, akan dilakukan di RRI Pro 2 Jogja Jl. Affandi /Gejayan, Yogyakarta, tentang segmentasi pendengar pada acara ngaji bareng mas lip. Acara ini dipilih secara sengaja dengan pertimbangan :

1. Acara ngaji bareng mas lip, yang di selenggarakan RRI Pro 2 Jogja, selalu membawa inovasi, motivasi dan cocok bagi pendengar, hingga banyaknya pendengar dalam acara tersebut.
2. Tema-tema acara tersebut adalah peristiwa yang sedang *booming* saat ini. Sehingga pendengar khususnya kaum muda mendapat pelajaran dan bekal atas acara tersebut.
3. Acara tersebut telah memberikan solusi yang tepat bagi pendengar yang menanyakan problemanya melalui *SMS*, dimana jawaban yang di berikan sangat sesuai dengan referensi yang ada.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, bersifat menggambarkan dan menguraikan suatu hal menurut apa adanya. Sumber data pada penelitian ini pada umumnya menghubungkan literatur dan wawancara dengan pimpinan, staf, penyiar RRI Pro 2 Jogja, juga dengan pendengar acara ngaji bareng mas lip di RRI Pro 2 Jogja, 102, 5 FM.

a. Subjek penelitian.

Subjek penelitian, adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti.¹⁹ Subjek penelitian ini bisa berarti orang atau apa saja yang menjadi sumber penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V.* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm. 108.

penelitian adalah pimpinan, staf, dan penyiar acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja, 102, 5 FM.

b. Objek penelitian

Objek penelitian, adalah objek yang layak untuk diteliti. Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah segmentasi pendengar acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja. Adapun yang dimaksud dengan objek penelitian, yaitu:

- 1) Proses penetapan segmentasi yang di teliti, yaitu:
 - a) Segmentasi demografis
 - d) Segmentasi psikografis
 - e) Segmentasi geografis
- 2) Proses penataan segmentasi yang di teliti, yaitu:
 - a) Penataan berdasarkan kebutuhan pendengar
 - b) Penataan berdasarkan keinginan pendengar yang berbeda.

c. Sumber Data.

Sumber data pada penelitian ini dibagi dalam dua kategori, primer dan sekunder. Untuk data primer, peneliti berupaya mendapatkan data dari pimpinan dan staf radio RRI Pro 2 Jogja secara langsung. Sedangkan sumber data sekunder dapat dari buku-buku, majalah dan internet.

d. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui Tiga metode, yaitu:

1) Dokumentasi

Metode dokumentasi, adalah suatu metode ilmiah dalam pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data-data, baik itu data primer maupun data pendukung.²⁰ Jadi, dokumentasi adalah instrument pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data, tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data.²¹ Metode dokumentasi ini dilakukan pada dokumentasi atau arsip RRI pro 2 Jogja, untuk mendapatkan data segmentasi demografis, psikografis, dan geografis acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja.

2) Wawancara.

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data yang di gunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Jenis wawancara ini merupakan salah satu metode pengumpulan data pada riset kualitatif, yang disebut sebagai wawancara mendalam (*depth interview*) atau wawancara secara intensif (*intensive interview*). Wawancara ini adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi

²⁰ Sutrisno Hadi, *Metode Research, Jilid I dan II*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 1989), hlm 138.

²¹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm 118

(berulang-ulang) secara intensif. Selanjutnya dibedakan antara responden dengan informan. Karena itu disebut juga wawancara intensif. Biasanya menjadi alat utama pada riset kualitatif yang dikombinasikan dengan observasi partisipan. Kebanyakan dalam wawancara ini tak berstruktur. Tujuannya untuk mendapatkan data kualitatif yang mendalam.²² Metode wawancara ini dilakukan pada subjek dan objek penelitian. Dalam hal ini pimpinan, staf dan pendengar acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja. Tujuannya metode ini adalah untuk mendapatkan data segmentasi demografis, psikografis, dan geografis acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja.

3) Observasi.

Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif. Yang observasi adalah interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subjek yang di riset. Sehingga keunggulan metode ini adalah data yang dikumpulkan dalam dua bentuk: interaksi dan percakapan (*conversation*).²³ Keunggulan metode ini adalah data yang dikumpulkan dalam bentuk interaksi dan percakapan (*conversation*). Metode observasi ini dilakukan pada subjek dan objek penelitian ketika acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja berlangsung, untuk

100. ²² Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm.

²³ *Ibid.*, hlm. Hal 108.

mendapatkan data segmentasi demografis, psikografis, dan geografis acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja.

e. Teknik Analisis Data.

Analisis data merupakan upaya mencari data dan menata secara sistematis catatan hasil pengumpulan data untuk meningkatkan pemahaman terhadap objek yang sedang diteliti.²⁴ Data yang telah dikumpulkan dari hasil wawancara (*interview*) maupun dokumen atau observasi, kemudian dianalisis. Teknis analisis data ini menggunakan teknik analisis *filling system*. Yaitu, setelah peneliti merasa data yang terkumpul sudah cukup maka dilakukan analisis. Data hasil observasi akan dianalisis dengan membuat katagori tertentu atau domai-domain tertentu.²⁵

Dalam proses pengambilan keputusan teknik *filling sistem*, setelah peneliti menemukan data bahwa ada pendengar yang berbeda-beda baik secara demografis, psikografis atau geografis. Oleh peneliti dimasukkan dalam katagori relasi. Dari situ peneliti akan mensegmentasikan pendengar sesuai maksud penelitian yang di tuju.

Analisis data kualitatif ini digunakan bila data-data yang terkumpul dalam riset adalah data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi, baik yang

²⁴ Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Cet II*, (Yogyakarta: Rake Sarasin) hlm. 183.

²⁵ Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 194.

diperoleh dari wawancara mendalam atau observasi.²⁶ Tujuan analisis data adalah menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan diinterpretasikan. Penelitian ini memerlukan kecermatan, keuletan dan ketelitian, serta memberi penjelasan terhadap data-data tersebut sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan, sehingga menjadi bentuk laporan yang baik.

f. Metode Keabsahan Data.

Metode kabsaan data adalah metode yang digunakan peneliti hanya dengan cara editing atau memeriksa semua data-data yang diperoleh dalam memastikan kabsahan data. Metode kabsaan data ini di tunjang dengan menggunakan metode triangulasi yaitu tehnik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data.²⁷ Dalam penelitian ini peneliti hanya hanya menggunakan metode triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengecek baik drajat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif, hal itu dapat dicapai dengan:

- 1) Membandingkan data hasil pengamatan dan wawancara.
- 2) Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.²⁸

²⁶ *Ibid*, hlm. 198.

²⁷ Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1993), hlm. 178

²⁸ *Ibid*, hlm. 178.

Metode keabsaan data ini, dilakukan pada subjek dan objek penelitian ketika acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja berlangsung, untuk mendapatkan data segmentasi demografis, psikografis, dan geografis acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengamatan dan hasil-hasil penemuan di lapangan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa segmentasi pendengar pada acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja adalah sebagai berikut:

1. Dalam menentukan siaran acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja sangat berhati-hati, karena acara ngaji bareng mas Iip sangat memperhatikan pendengarnya hingga memiliki segmentasi pendengar yang berbeda, baik dilihat segmentasi demografis, segmentasi psikografis dan segmentasi geografis. Tema Program siaran acara ngaji bareng mas Iip yang paling mengena ke audiens adalah masalah hukum, cinta menurut Islam, dan pergaulan antara laki-laki dan perempuan juga gaya hidup yang sesuai dengan tuntunan agama Islam
2. Penetapan segmentasi pendengar acara ngaji bareng mas Iip, melalui dua cara.
 - a. Pengevaluasian kepada kelompok-kelompok masyarakat, yaitu skala ukuran. Program siaran acara ngaji bareng mas Iip melihat segmentasi yang besar dan yang melayani segmentasi tersebut masih kurang. Oleh karenanya, segmentasi harus dapat diakses. Untuk mencapai tujuan dengan tepat, acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja memilih segmentasi yang dapat dijangkau, hingga segmentasi dapat dibedakan. Acara ngaji bareng mas Iip membedakan segmen pendengar pada tiga

hal: Pertama adalah demografis, terdapat status ekonomi sosial menengah keatas, dengan usia 14-50 tahun, pendidikan yang ditetapkan adalah golongan dari SMP hingga ke perguruan tinggi. Kedua, yaitu: Psikografis, adalah mencakup gaya hidup, kepribadian dan nilai. Ketiga, Yaitu: Geografis, adalah wilayah Provinsi Yogyakarta, kabupaten Klaten, kabupaten Magelang, kabupaten Purworejo, kabupaten Kebumen, kabupaten Boyolali, kabupaten Wonosobo.

Penetapan tiga segmentasi diatas, adalah memilih segmen yang cocok untuk dijadikan pendengar acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja berdasarkan dari hasil evaluasi *feedback* (Timbal balik pendengar). Jadi, maksud dari segmentasi pendengar acara ngaji bareng mas Iip, didasarkan pada demografis, psikografis, dan geografis. Dengan memilih segmen pendengar yang tepat, Acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja sudah mengambil langkah yang baik dalam mencapai tujuannya, dengan tetap eksisnya acara ngaji bareng mas Iip dalam melayani pendengar yang berbeda dibawah jangkauan daya pancar RRI Pro 2 Jogja

3. Penataan segmentasi pendengar acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja, di dasarkan pada dua pertimbangan:
 - a. Kebutuhan pendengar acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja, membuat program acaranya sesuai apa yang akan dibutuhkan pendengar.

- b. Pendengar yang berbeda. Sebab dalam satu segmentasi pendengar mempunyai keinginan dan kesenangan yang berbeda, untuk memenuhi keinginan segmen yang bervariasi, tentunya dalam acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja, membuka pertanyaan yang siap di jawab nara sumber kepada pendengar. Sehingga, dengan perencanaan segmentasi pendengar acara dapat memenuhi target segmentasi yang telah diinginkan, akhirnya pendengar bisa menikmati sajian acara sesuai keinginan dan kebutuhan yang mereka harapkan.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

Dengan melihat manfa'at yang diperoleh dari segmentasi pendengar pada acara ngaji bareng mas Iip di RRI Pro 2 Jogja, sebagai muslim kita dianjurkan untuk berdakwah. Dalam berdakwah kepada masyarakat yang kompleks, tentunya kita apa salahnya mengambil pelajaran dari segmentasi pendengar pada acara radio, serta salah satu manfaat dari proses segmentasi pendengar acara radio adalah agar stasiun radio tidak salah dalam melayani dan memberikan apa yang pendengar butuhkan sesuai dengan umur, wilayah dan sifat pendengar.

Bagaimana penyiar berdialog dengan pendengar memperhatikan psikologis agar pendengar merasa senang, yang pada akhirnya akan selalu ingin mendengarkan program acara pada radio tersebut. Dalam berdakwah

pun demikian, kita tak lepas untuk memperhatikan watak, sifat, umur serta apa yang pendengar butuhkan, agar tema yang disampaikan bisa tercapai dan tidak salah sasaran serta tidak salah paham.

C. Kata Penutup

Sebagai penutup tidak ada kata yang pantas yang penulis ucapkan, kecuali ucapan syukur alhamdulillah berkat rahmat dan hidayahNyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan kepada bapak pembimbing dan bantuan dari semua pihak atas segala halangan dan rintangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya, semoga amal baiknya mendapatkan balasan dari Allah SWT dengan balasan yang berlipat ganda.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata. Sebagai manusia biasa tentu masih banyak kelemahan-kelemahan dan kekurangan-kekurangan baik secara teknis ataupun non teknis.

Oleh karena itu, tegur sapa, kritik saran yang sifatnya membangun dari para pembaca, penulis mengharapkan demi usaha-usaha perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya harapan penulis, penelitian ini dapat dilanjutkan dan mudah-mudahan tulisan yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya maupun para pembaca pada umumnya. Dan sekaligus merupakan amal ibadah bagi penulis dan semoga mendapatkan ridho dari Allah SWT.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Ziyad, *Pilihan Hadits Politik, Ekonomi dan Sosial*, Pustaka Panjimas, 1991.
- Achmad, Amrullah, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, Yogyakarta: PLP2M, 1983.
- Ali Hasyimi, Dr. Muhammad, *Apakah Anda Berkepribadian Muslim?*, hal 24-28. 1990.
- Arnold, David, *Pedoman Dalam Manajemen Merek*, Surabaya: PT Kentindo Soho, 1996.
- Dokumentasi RRI Yogyakarta pada tanggal 18 Mei 2010 di studio.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi V, Jakarta: Rineka Cipta, 2000.
- Hadi, Sutrisno, *Metode Research*, Jilid I dan II, Yogyakarta: Andi Ofset, 1989.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia. Anais: Perencanaan Implementasi dan Pengendalian, Edisi pertama*, Jakarta: Salemba Empat, 1999.
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*, Jjakarta: Prenhallindo, 2002.
- Lupiyodi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, Jakarta: Selemba empat, 2001.
- Mas'oed, Mochtar, *Teori dan Metodologi Hubungan Internasional*, Yogyakarta: PAU JGM, 1998.
- Maulana MSM, Agus, *Imajinasi Pemasaran*, Edisi Revisi, Jakarta: Airlangga, 1987.
- Muhadjir, Noeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Cet II*, Yogyakarta: Rake Sarasin, 1996.
- Munthe, Moeryanto Ginting, *Media Komunikasi Radio*, Jakarta: Sinar Harapan, 1996.

- Musthofa B, *Pedoman Menulis Proposal Skripsi dan Tesis*, Yogyakarta: Panji Pustaka, 2009.
- Nasrudin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Nirmala, Andini T. dan Aditya A Pratama, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Prima Media, 2003.
- Peter, Salim dan Yenny Salim, *Kamus bahasa Indonesia kontemporer*, Jakarta: Modern English Press, 1991.
- Pratiwi dan Swhasta, *Kelemahan dan Kelebihan Segmentasi Audiens*, Surabaya: Rosda Karya, 2000.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008
- Salim, Peter dan Yenny Salim, *Kamus bahasa Indonesia Kontenporer*, Jakarta: Modern English Press, 1991.
- Uchjana Effendi, Onong, *Dinamika komunikasi*, Bandung: Remaja Karya CV, 1986.
- Wahidi, Anis, *Program Siaran Agama Islam di Radio Global FM (Ditinjau dari Segmentasi Audiens)*, Skripsi Sarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009.
- Wahyudi, J.B, *Dasar-dasar Manajemen Penyiaran*, Jakarta: Gramedia, 1994.
- Yuhri, Noor Muhammad, *"Segmentasi Pendengar Pada Radio Channel 5 100,9 FM,"* Skripsi Sarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2008.

Internet :

<http://www.slemankab.go.id>

<http://www.bantulkab.go.id>

<http://www.kulonprogokab.go.id>

<http://www.gunungkidulkab.go.id>

<http://www.jogjakota.go.id>

<http://www.klaten.go.id>

<http://www.magelangkab.go.id>

<http://www.purworejakab.go.id>

<http://kab-kebumen.blogspot.com>

<http://www.boyolalikab.go.id>

LAMPIRAN LAMPIRAN

SELASA 06 April 2010 (19.40 – 21.29 WIB).

Tema : Ngaji bareng Mas Iip

Nara Sumber : Iip Wijayanto.

KK : Sammy, Hendra, Heri

1. Johar (Wirobrajan). Meditasi, penyembuhan, puasa, filter rokok yang mengandung minyak babi apa hukumnya?
2. Anti (Patok). Hukum wanita sering kunjungi makam?
3. Undi (Sindoharjo). bagaimana shalat khusuk dan tidak mikir dunia. Tidak tahan diikuti sosok gaib, bisa dihilangkan tidak?
4. Dina (Purworejo). Mau nikah tapi tunggu bulan suro.
5. Diana (Purworejo). Dosa gak seorang istri yang ngga di kasih nafkah lahir batin?
6. Ukti. W (Purworejo). Do'a kenyamanan dan ketenangan hati
7. Anna (bantul). Sejauh mana batasan taaruf, yang jelek perlu dikasih tahu nggak?
8. Erta (Penembahan). Pacaran dan menikah sering gagal terdzolimi atau tidak?
9. Eko (Kolon Progo). Menabung di bank haram tidak? Bagaimana dengan bank syari'ah?
10. Wali nikah ayah angkat boleh tidak, walau ayah kandung masih hidup tapi ngga pernah ngurus sama sekali
11. Zaki (Ngemplak). Waktu sholat tahajud, baca do'a apa?

12. Iwan (Bantul). Apa hukum pasang gigi palsu?
13. Fitri (Kulonprogo). Yahudi itu apa? Khidir dan Zulkarnain nabi bukan?
14. Anna (Jogja). Wanita haid pegang mushaf al-Qur'an boleh tidak.
15. Ririn (Jogja). Do'a cepat dapat kerja, do'a semangat untuk orang Sakit apa?
16. Pia (bantul). Rukun mandi besar / wajib.
17. Zopi (Magelang). Berobat dan dipijat oleh orang dengan ludah.
18. Purianto (Purworejo). Do'a untuk orang lain untuk baca fatimah.
19. Nor basuki (Kutoarjo). Pernah tidak sholat 1 kali denga sengaja kafir tidak
20. Ahmad (Jogja). Jama'ah lewat TV
21. Desi (Kutoarjo). Hukum pake parfum yang mengandung alkohol?
22. Sarwi (Kebumen). Pergeseran lempeng bumi, merubah arah kiblat tidak?
23. Rini (Jogja). Dimana bisa nikah sirih, apa syaratnya?

Catatan:

Total pertanyaan yang di jawab 23 dari 58 pertanyaan yang masuk.

SELASA 13 April 2010 (19.45 – 21.26 WIB)

Tema : Ngaji bareng Mas Iip

Nara Sumber : Ust. Iip Wijayanto

KK : Sammy, Hendra, Heri

1. Yudi. (Jogja). Islam Liberal?
2. Anti (Patuk). Do'a hati terang dan melunakkan hati
3. Tari (Kenteng). Wanita pake parfum.
4. Tina (Purworejo). Tanda bacaan Al Qur'an pada bacaan sholat
5. Sifa (Jetis). Do'a setelah wudlu di luar/dalam toilet

6. Habib (Purworejo). Istri/suami orang jahat dapat orang yang jahat ada yang tidak
7. Adi (Gejayan). Mendo'akan orang tua sendiri yang beda agama?
8. Zaki (Ngemplak). Menunjukkan tangan sa'at shalat banyak macam, yang benar bagaimana?
9. Astri (Jakal). Hari besar Islam dengan agama lain beberengan apa tanda kiamat?
10. Nugroho (Jogja). Onani dan manstrubasi haram tidak, puasa yang baik dimulai senin atau kamis?
11. Novi (Sleman). Untuk memberi kebaikan pada orang tua. Cari jodoh yang alim.
12. Andri (Jogja). Apa beda Syumi dan Syi'ah
13. Uly (Merangan). Istri minta perhiasan dengan dasar malu sama tetangga.
14. Saiful (Bantul). Mata pelajaran budi pekerti kenapa dihapuskan?
15. Ukti (Purworejo). Hukumnya masuk dalam Islam?
16. Paijo (Pengok). Batal sholat jum'at, bagaimana baiknya / cari masjid lain
17. Tali (Jogja). Negara yang tidak pake hukum islam, dosanya ditanggung oleh negara
18. Tri (Sleman). Jaga hubungan tetap harmonis
19. Dimas (Sayangan). Bagaimana sholat jum'at di luar negeri
20. Yuni (Jogja). Bagaimana cara menyembuhkan rasa sakit hati?
21. 0878961xxx (Jogja). Menyikapi saudara yang jahat
22. Neilti (Mino). Tidak bisa berziarah dan hanya do'a dari rumah

23. Vita (Purworejo). Alasan perceraian, tanpa sebab tidak akan mencium bau surga
24. Diah (Klaten). Lafadz-lafaz yang salah dalam penyebutan lagu?
25. Dian. (Jogja). Ajaran dakwah 3 hari/bulan 40 hari/tahun dll
26. Dian (Jogja). Puasa ngetan dalam islam sholat dengan bacaan berkali-kali
27. Mira (Mino). Kenapa tidak ada riwayat dari khodijah?
28. Olde (Giwangan). Tiap malam ada yang selalu membangunkan.
29. Zainal (Bantul). Khotib sholat jum'at bacaannya kurang fasih
30. Eka (Jl. Godean). Diajak teman untuk belanja pake uang haram
31. Hamba Allah (Jogja) Meninggalkan istri untuk merawat orang tua

Catatan:

Total pertanyaan yang dijawab 31 dari 43 pertanyaan yang masuk.

SELASA 20 April 2010 (19.43 – 21.29 WIB)

Tema : Ngaji bareng Mas Iip

Nara Sumber : Ust. Iip Wijayanto

KK : Sammy, Hendra, Heri

1. Urmy (Jogja). Tata cara wudlu dan bacaan yang sempurna.
2. Anti (Patuk). Puasa senin kamis saur tidak, puasa 3 hari berturut-turut ditengah-tengah bulan hijriah, Do'a sholat tahajud
3. Ahmad (Purworejo). Bagaimana cara menahan nafsu sex sa'at jalan dengan cewek atau pacaran
4. Anna (Bantul). Kerja di bank asuransi subhat tidak?
5. Romba (Kulonprogo). Ukuran iman dalam hati, dengan kehidupan keseharian.

6. Dian (Kolonprogo). Sering mimpi dapat ikan banyak, apa artinya?
7. Cely (Bantul). Batalkan perintah ibu saat sholat sunnah
8. Fitri (Kolonprogo). Puasa hari sabtu
9. Nely (Mino). Taaruf baru beberapa hari langsung dilamar.
10. Novi (Jogja). Punya pacar ada orang ke 3 yang cukup serius, bagaimana baiknya.
11. batas aqiqoh sampai 13 tahun benar tidak?
12. Rudi (sleman). Saudara sepupu menikah boleh tidak?
13. sedang haid tidak boleh potong kuku atau rambut benar tidak?
14. Jihat A (Klaten). Apa sebab do'a tidak terkabul
15. Tiwi (Wates). Laki-laki janji mau menikah, tapi nikah sama orang lain dosa tidak?
16. Tri (Kalasan). Sholat khusuk dan tuma'ninah, sholat yang bagaimana
17. Rahmah (Bantul). Surat apa saja yang masuk al-ma'surat / khasiatnya
18. Yuni (Jogja). Cara mencari pasangan hidup yang islami / sholihah
19. Yanti (Sleman). Iri hati hidup orang kaya, keutamaan ilmu dibanding harta
20. Ahyo (Jogja). Do'a dan harapan ibu apa juga ridho Allah?
21. Dewi (Jakal). Wanita keputihan boleh sholat tidak?
22. Anna (Jakal). Orang tua tidak mampu aqiqah, masuk surga tidak?
23. Bagaimana agar dimudahkan cepat menikah
24. Sholat buru-buru, bagaimana bisa khusuk tidak
25. Dimas (Sayangan). Menjamak sholat dzuhur dan ashar, makan daging aqiqah.

26. Fajar (Jogja). Melukis haram tidak?
27. Oi (Giwangan). Do'a yang ikhlas, darah istihadho
28. Suci (Kolonprogo). Janda anak 1 pacaran sama pria beristri (ada kepastian)
29. Odi (Kulon Progo). Do'a mendapatkan momongan?
30. Platina haram tidak (Untuk sambung patah tulang)
31. Ati (Jogsel). Suami selingkuh punya anak tanpa ikatan, saya bagaimana menyikapi karena sakit hati terus?
32. Titin (Purworejo). Cara menghilangkan penyakit dengki.

Catatan:

Total pertanyaan yang dijawab 32 dari 50 pertanyaan yang masuk.

SELASA 27 April 2010 (19.37 – 21.28 WIB)

Tema : Ngaji bareng mas Iip

Nara Sumber : Ustad Iip Wijayanto

KK : Sammy, Hendra, Herry

1. Mira (Minomartani). Siti khodijah tidak pernah meriwayatkan hadist
2. Zikrina (Kotagede). Hadist seburuk2nya jasad adalah jasad yang masih membaja
3. Siswati (Jakal) Do'ain biar dapat jodoh
4. Arti (Patuk). bagaimana caranya agar selalu dekat dengan Allah dan menenangkan hati
5. Pita (Purworejo). Apa hadist dosa orang yang membicarakan orang
6. Novi. (Sleman). Ciri2 rayuan gombal dan orang yang serius untuk menikah
7. Adi (Mrican). Orang2 non muslim masuk surga tidak?

8. Riza. (Imogiri). Dimana belajar tafsir Al-Qur'an
9. Layli (Bantul) bacaan
10. Tari (Kenteng). Seorang muslim masuk tempat ibadah non muslim
11. Fitri (Kulonprogo). Bagaimana mengenai MLM (perdagangan)
12. Tia (Jogja). Bagaimana cara menjaga hati dari seorang pria yang selalu menyatakan cinta
13. Sri (Jogja). Bagaimana menerima ketidakadilan (saya tidak cantik, tidak putih)
14. Kodi (Morangan). Shalat yang khusuk gimana
15. Purianti (Morangan). Sering bangun siang dan shalat subuh
16. Yadi (Kulonprogo). Wanita haid baca alqur'an haram gak
17. Hari (Wirobrajan). Apa manfaat shalat tasbeih dan shalat hajat
18. Io (Giwangan). Wanita memanjangkan kuku lebih dari 40cm, wanita menunda haid dalam bulan ramadhan
19. Ratina (Magelang). Orang yang lalai dalam shalat itu apa
20. Tika (Bantul). Aku membawa kesengsaraan gimana cara bertaubat
21. Arina (Purworejo). Hukum nikah siri tanpa izin orang tua untuk menghindari zina.
22. Zihad akbar (Klaten). Kapan waktu berdoa agar dipenuhi
23. 0274832xxx (Jogja). Nikah ditolak ortu, bolehkah jika tetap nikah?
24. Fitri (Purworejo). Sesaji syirik tidak
25. Tiara (Magelang). Wanita shalat dzuhur sholat jumat
26. Ario (Kulonprogo). Wanita mengikuti KB

27. Setia (Gejayan). Ormas Islam itu apa, muslim harus ikut tidak
28. Dewi (Depok). Usia menikah, tapi belum ingin menikah
29. Indro (Klaten). SMS berantai bagaimana menyikapi
30. Diran (Magelang). Dekat cewek ingin selalu pegang, cara menghindari
31. Jajuli (Bantul). Menikah melindungi setengah agama
32. Anali. (jogja) Sholawat yang baik, do'a untuk mencerahkan wajah
33. Yadi (Kebumen). Ucapan selamat bagi agama lain
34. Yanti (Jogja). menolak berhubungan intim tapi tetap ingin bersama

Catatan:

Total pertanyaan yang dijawab 34 dari 53 pertanyaan yang masuk.

SELASA 4 MEI 2010 (19.40 – 21.28 WIB)

Tema : Ngaji bareng Iip

Nara sumber : Ustadz Iip wijayanto

KK : Sammy, Hendra, Herry

1. Johar (Wirobrajan). Amalan tanpa keterangan dari guru / ustadz
2. Sari (Pakem). Do'a untuk mereka yang nakal & tidak menurut jika disuruh sholat
3. Siti (Jogja). Bagaimana caranya supaya tidak malas belajar
4. Anti (Patuk). Bagaimana caranya batin kuat dalam berdoa
5. Riza (Bantul). Punya hati terhadap seseorang tapi dia punya suami, bagaimana cara supaya cepat menikah (do'a)
6. Laily (Bantul). Shalat sunat fajar, mencabut uban / menyemir
7. Mini (Jogja). Perbedaan tafsir dgn terjemah, orang pelupa banyak dosa

8. Nely (Mino). Dosa tidak?, tidak bisa bantu ortu karena kondisi fisik
9. Novi. (Sleman). Bagaimana mengetahui petunjuk Allah dalam hal jodoh
10. Watik (Sleman). Wudlu dengan penggabungan, lupa rakaat saat sholat
11. Arie (Jakal). Kerja tempat orang yang beragama kejawen, sesajen dimakan
12. Dewi (Purworejo). Hukumnya pacar di kuku, doa dapat jodoh
13. Listia. (Monjali). Syarat menjadi istri yang baik
14. Ukti Winarsi (Purworejo). Do'a untuk ibu dan jodoh
15. Abu (Bantul). Bagaimana caranya curhat dengan Allah
16. Purwanto (Kulonprogo). Wirid dalam hati, habis shalat tidak berdo'a hanya zikir dan wirid
17. Joko (Paris). Do'a sebelum khotib naik mimbar jumat, doa penyembuhan sudah satu tahun tidak sembuh2
18. Ari (Janti). Ada tuntunan alqur'an dan hadist minta didoakan orang lain
19. Tri Agus (Sleman). Do'a agar lancar kerjaan
20. Sohib (Jogja). Bayangan / hal2 yang mengganggu dalam shalat
21. Iyak (Jogja). Bagaimana supaya sabar dan tabah menghadapi kehilangan
22. Tri (Purworejo). Do'a agar dapat jodoh
23. Agus (Mino) Acara *offair* dan *onair* kapan lagi
24. Raul (Jogja) bagaimana supaya lebih ikhlas dalam hidup
25. Oi (Giwangan). Do'a supaya tabah dalam menghadapi fitnah
26. Zaki (Srandakan). mengkhayal tentang lawan jenis haram tidak, mencintai seseorang menurut al-Qur'an
27. Habib (Purworejo). Beternak tokek untuk pengobatan haram tidak

28. Mimi (Jaim). Apa istri Ustadz Iip seorang wanita karir
29. Fitri (Bantul). Usia menikah, calon saudara misan ortu tidak mendukung
30. Uko (Bantul). Proses takarrub seperti apa
31. Norman (Jogja). Wanita pake farfum, pake jilbab dengan baju ketat
32. Hamim (Wonosobo). Cara menghilangkan kebiasaan buruk / jelek

Catatan:

Total pertanyaan yang terjawab 32 dari 56 pertanyaan yang masuk.

SELASA 11 MEI 2010 (19.40 – 21.30 WIB.)

Tema : Ngaji bareng Iip

Nara Sumber : Ustad Iip Wijayanto

KK : Sammy, Hendra, Herry

1. Ketika tidak lulus ujian nasional, Menyikapinya seperti apa?
2. Ibu Sri (Pakem). Apakah anak pendiam dan susah menerima saran-saran kebaikan bisa di terapi secara agama?
3. Reza (Bantul). Bekerja di bidang pekerjaan yang persentase berbuat dosanya besar bagaimana cara menyikapinya
4. Anti (Patuk). Percaya pada para normal dan percaya ramalan apa benar tidak di terima Shalatnya 40 hari?
5. Laily. (Sleman). Laki-laki / suami Lebih baik jemaah di masjid atau jadi imam di rumah?
6. Tari (Genteng). Apa hukumnya seorang istri mencari nafkah untuk keluarga?
7. Diyah (Klaten). Bagaimana anak yang lahir belum waktunya hingga meninggal?

8. Saron (Kebumen). Do'a motong ayam, memakan di tempat yang tidak tahu bahan dan bumbunya bagaimana?
9. 085228218xxx (Jogja) Suami menyuruh istri berhenti bekerja, sementara istri masih pengen bekerja untuk membantu orang tua
10. Fitri (Sleman). Mimpi potong rambut, apa benar itu pertanda buruk?
11. 087838238xxx (Jogja) Suami tidak memberi nafaqoh lahir batin?
12. Novi (Sleman). Serius orang yang kita mencintai atau dicintai?
13. Yudi (Condongcatur). Meminta maaf tapi tidak dimaafkan?
14. Ari (Bantul). Menghilangkan kesombongan dalam hati
15. Yati (Sewon). Dekat sama laki-laki yang katanya sayang tapi dia sudah punya kekasih, bagaimana?.
16. Novi (Jogja). Hukum bekerja di photo model dengan pakaian bebas atau gaul yang cukup terbuka haram tidak?
17. Asih (Bantul). Menikah suami pelayar / jarang pulang apa keluarga bisa sakinah, mawaddah, warrahmah.
18. Rahmah. (Kadisoko). Bolehkah wanita mengajukan cerai suami yang selingkuh? Bolehkah melayat non muslim?
19. Tiwi (Purworejo). Menjalankan sunah-sunah rasul, ibadah tepat waktu dan beramar ma'ruf nahi mungkar apakah itu bukti kita cinta / iman pada rasul?
20. Novi (Kusumanegara). Bagaimana memotivasi agar menjadi orang tegar dan kuat dalam berkompetisi.
21. Yadi (Berbah). Istri shalat, suami tidak shalat jika berhubungan zina atau tidak
22. Rundi (Jakal). Yang bersalah orang tua atau anak dalam menentukan jodoh?

23. Mila (Purbalingga). Hukumnya orang rebounding rambut?
24. Eni (Giwangan). mimpi pria 3 kali apa itu hasil istikoroh apa itu jodohnya?
25. Anna (Sleman). Penghasilan 700 ribu apa sudah wajib zakat mal? Apa boleh zakat mal di berikan orang tua kita yang masih membutuhkan?
26. Rahmat (Srandakan). Bagaimana cara mengajak orang tua untuk shalat kembali?
27. 081804140xxx (Jogja) rahasia rasulullah dalam berdagang sebelum jadi nabi itu apa?
28. Makrodin (babarsari). Apa hukumnya mengecat rambut?
29. 0852921112xxx(Jogja). Bagaimana menerjemahkan seorang laki-laki yang menyukai wanita apakah dengan nitip salam sebagai pertanda laki-laki suka?
30. Ratna (Condongcatur). Bolehkah kita berdoa dengan bertawashul pada Allah?
31. Joko (Gamping). Bagaimana status pernikahan campur / beda agama? Do'a agar istri dapat hidayah

Catatan:

Total pertanyaan yang terjawab 31 dari 54 pertanyaan yang masuk.

SELASA 18 MEI 2010 (19.37 – 21.30 WIB).

Tema : Ngaji bareng mas Iip

Nara Sumber : Ustad Iip Wijayanto

KK : Sammy, Hendra, Herry

1. Lukman Nasir (Wonosobo). Menghadapi isu penculikan dan pembunuhan di Wonosobo
2. D'Myani (Jogja). Cara menghafal Ayat-ayat dan surat Al Qur'an

3. Nofi (Sewon). Siapa wanita penghuni surga, bagaimana caranya, apa benar anak bisa mengantar ortu ke surga
4. Yanto (Sentolo). Air putih di bacakan sholawat terus diminum, boleh tidak
5. Andi (Jl. Paris). Mengamalkan do'a nur buat ada tuntunannya / faedahnya tidak
6. Ari. (Jogja). Sholat jum'at bertepatan dengan hari raya idul fitri / idul adha
7. Rahman (Magelang). Bagaimana menata hati biar bisa Qona'ah
8. Sarbi (Kebumen). Jari putus, perlu di cuci dan di kafani tidak
9. Eni (Jogja). Pacaran 5 tahun mau nikah pasangan belum siap, malah dijodohkan sama duda, bagaimana harus memilih
10. Abba (Bantul). Berdo'a sebelum salam setiap shalat, waktu berdo'a yang paling baik, hukum memakai minyak untuk memperbesar anggota tubuh
11. Sigit (Jogja). Berada di majelis pengajian tapi tidak nyaman / tidak mengerti
12. Zahra (Sleman). Tidak mau melanjutkan ta'aruf, karena tidak cinta
13. Numan. (Jogja). Cara do'a yang baik
14. Riska (Purworejo). Bagaimana cara melupakan mantan
15. Eko (Jogja). Cara ibadah nabi-nabi sebelum nabi Muhammad?
16. Andi (Jakal). Membaca surat Yasin dan surat-surat lain boleh tidak
17. Maria. (Kulonprogo). Cara menagih hutang kepada orang tua.
18. Gusri (Pakem). Do'a anak masuk SMA
19. Anti (Patuk). Menghadapi orang sabar, agar menjadi sabar
20. Suriyati (Kalitirto). Arisan dengan lelang
21. Andi. (Gejayan). Baca al-Qur'an dengan khusyu' tapi tidak tahu artinya

22. Busri (Pakem). Berdosahkah jika merasa tuhan tidak adil
23. Siti (Plered). Surat apakah yang paling baik dibaca ketika sholat tahajud
24. Fitri (Sleman). Tata cara dan bacaan shalat istikhoro
25. Iaili. (Jogja). Jawaban Sholat istikhoro seperti apa?
26. Semenjak menikah rizki berkurang dan sering sakit-sakitan
27. Habib (Wonosobo). Bagaimana do'a terhindar dari musibah?
28. Titi (Bantul). Bagaimana bisa sabar mengurus suami yang lagi sakit yang waktu sehat sering mencaci maki dan menghina
29. Novi (Jogja). Sudah punya pacar, tapi ada yang suka. Pilih mana?
30. Supri (Sleman). Do'a agar dijauhkan dari keraguan.
31. Pak harjo (Gading). Boleh tidak baca ayat / surat setelah berhubungan suami istri.
32. Sri Astuti. (Purworejo). Menyadarkan kakak supaya shalat, dulu rajin sekarang tidak setelah sakit.
33. Do'a anak shaleh anak yang mana aja. Anak kandung, anak tiri, atau anak angkat

Catatan:

Total pertanyaan yang terjawab 33 dari 60 pertanyaan yang masuk.

CURRICULUM VITAE

IDENTITAS

Nama : Muttaqin.
Tempat Tanggal Lahir : Cirebon, 26 Juni 1983
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Golongan Darah : O
No. HP : 085729316130
E-mail : Muttaqin_crb@yahoo.com.
Nama Orang Tua : a) Ayah : H. Mulyaman
b) Ibu : Hjh. Anina
Alamat Asal : Blok: Benda, RT.01/RW.04 Desa Warukawun
Kec. Depok Kab. Cirebon Prop. Jawa Barat.
Alamat di Jogja : Masjid Azzaituun Demangan Jl. Gejayan No.4 Kel.
Demangan Kec. Gondokusuman Yogyakarta,
Telp. (0274) 560817

RIWAYAT PENDIDIKAN FORMAL

- Madarasah Diniyah, Karengwangi - Depok - Cirebon Tahun 1994-1995
- SDN Warukawung I, Depok – Cirebon. Tahun 1990-1995
- Ma’had Sabiilul Muttaqiin Tempuran, Depok-Cirebon Tahun 1995- 1999
- MTs al-Hidayah Dukupuntang, Sumber-Cirebon Tahun 1996-1998
- MA al-Hidayah Dukupuntang, Sumber – Cirebon Tahun 1998-1999
- Mts Salafiyah Miftahul Hidayah, Kaliwungu – Kendal Tahun 1999- 2001
- MA Salafiyah Miftahul Hidayah, Kaliwungu – Kendal Tahun 2002- 2005
- Ma’had K.H. Humaidullah Irfan, Kaliwungu – Kendal Tahun 1999-2005
- UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2006- 2010

RIWAYAT PENDIDIKAN NON FORMAL

- Kursus Bahasa Inggris di EFAC Yogyakarta Tahun 2006- 2007
- Kursus Computer di EFAC Yogyakarta Tahun 2007- 2008
- Privat B. Inggris di Azzaituun English Course Yogyakarta Tahun 2008- 2009

📁 **PENGALAMAN ORGANISASI**

- Bendahara PP. Sabiilul Muttaqin, Depok - Cirebon Tahun 1997- 1998
- Ketua kelas MA al-Hidayah Dukupuntang Cirebon Tahun 1998-1999
- Wakil OSIS MA al-Hidayah Dukupuntang Cirebon Tahun 1998-1999
- Bendahara Ikatan Santri Seluruh Cirebon Kaliwungu Tahun 2002-2003
- Bendahara PP. KH Humaidullah Irfan, Kaliwungu Tahun 2003-2004
- Keamanan Pusat PP. KH. Humaidullah Irfan Kaliwungu Tahun 2004-2005
- LPM Rehtor UIN Sunan kalijaga Yogyakarta Tahun 2006-2007
- Ketua Panitia Ramadhan Masjid Azzaituun Demangan Tahun 2007-2008
- Bendahara Panitia Ramadhan masjid Azzaituun Demangan Tahun 2008
- Ketua KKN UIN Sunan Kalijaga, di Gondomanan – Jogja Tahun 2009
- Staf Pengajar TPA/TKA Masjid Attaqwa Balapan Jogja Tahun 2006-2010
- Sekretaris Ketakmiran Masjid Azzaituun Demangan Jogja Tahun 1999-2010