

**DESAIN PROGRAM SIARAN EKONOMI ISLAM (BISNIS)
DI UNISI FM**



Skripsi
Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Dalam Penyusunan Skripsi
Dan Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Komunikasi Islam (S. Kom. I)
Disusun oleh:

FARICHATUL JANNAH
NIM : 06210043

Pembimbing I
Drs. H. M. Kholili, M.Si
NIP 19590408 198503 1 005

Pembimbing II
Andayani, MSW
NIP 19721016 199903 2 008

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

2011



KEMENTERIAN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH

Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274)
552230 Yogyakarta 55221

PENGESAHAN SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.2/DD/PP.00.9/1369/2011

Skripsi/ Tugas Akhir dengan Judul:

DESAIN PROGRAM SIARAN EKONOMI ISLAM (BISNIS) DI UNISI FM

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Farichatul Jannah
Nomor Induk Mahasiswa : 06210043
Telah dimunaqasahkan pada : 16 Agustus 2011
Nilai Munaqasah : **B+ (Delapan Puluh Satu)**

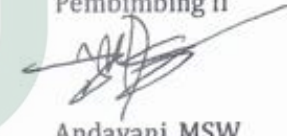
Dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga.

TIM MUNAQASYAH

Pembimbing I


Drs. HM. Kholik, M.Si
NIP. 195904081985031005


Pembimbing II


Andayani, MSW
NIP. 197210161999032008

Penguji I

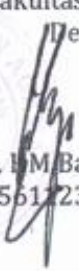

Drs. Abdul Rozak, M.Pd
NIP. 196710061994031003

Penguji II


Khadziq, S.Ag, M.Hum
NIP. 197001251999031001

Yogyakarta, 13 Oktober 2011
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Dakwah

Rekan


Prof. Dr. H.M. Bahri Ghazali, MA
NIP. 19561123 198503 1 002



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Hal :

Lamp :

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah
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 proposal skripsi Saudara :

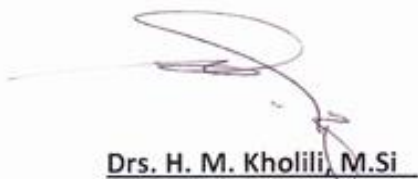
Nama : Farichatul Jannah
NIM : 06210043
Judul Skripsi : **DESAIN PROGRAM SIARAN EKONOMI ISLAM
(BISNIS) DI UNISI FM**

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

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum wr. wb
Yogyakarta, 12 Juli 2011

Pembimbing I



Drs. H. M. Kholili, M.Si
NIP 19590408 198503 1 005

Pembimbing II



Andayani, M.SW
NIP 19721016 199903 2 008

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Farichatul Jannah
NIM : 06210043
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya berjudul: "DESAIN PROGRAM SIARAN EKONOMI ISLAM BISNIS DI UNISI FM" adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 23 November 2011

Yang menyatakan,



Farichatul Jannah
NIM: 06210043

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada :

Abahku tercinta K. Islan Al-harist yang tak pernah berhenti memeras keringat agar aku tetap bisa belajar di bangku kuliah dan selalu bijaksana dalam membimbing ku selama ini.

Mamiku tersayang yang tak pernah berhenti berdoa di setiap hembusan nafasnya untuk mendo'akan ku agar sukses dan atas kasih sayangnya yang tak terhingga.

Sang motivator ku tekasih Dede Ariyanto yang tak pernah berhenti memberiku semangat dan selalu bersabar dalam menemaniku setiap langkah menyelesaikan tugas akhir ini dan atas segala bantuan yang diberikan baik secara materi ataupun non materi

Sahabatku Khykhy yang tek pernah bosan mendengar kan keluh kesah dan lelahku selama mengerjakan skripsi ini.
Rasida FM dan All crew yang sangat hebat.

MOTTO

Pengalaman adalah guru terbesar dalam segala hal. Jangan pernah ragu untuk mencoba, tidak ada kegagalan yang ada hanyalah kesuksesan yang tertunda.

Tidak ada kesuksesan tanpa proses panjang, maka lalui dan ambil pelajaran setiap proses.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahim

Dengan iringan rahmat dan karunia Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, maka tiada kata yang pantas penulis ucapkan kecuali senantiasa memuji-Nya dengan ungkapan *alhamdulillah*, sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Muhammad Saw.

Dalam proses penulisan skripsi ini penulis banyak sekali mendapat bimbingan dan *support* dari berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H.M Bahri Ghozali, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah.
2. Drs. H. M. Kholili, M.S dan Andayani, MSW selaku pembimbing yang membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Pimpinan 104,5 Unisi radio Yogyakarta Pak Kecuk dan Pak Agus yang telah meluangkan banyak waktu untuk berbagi ilmu dan informasi.
4. Ibu Ristiana yang telah memberikan semangat dan bantuannya.
6. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis sangat menyadari penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu penulis mengharapkan koreksi dan masukan dari semua pihak agar skripsi ini menjadi lebih baik.

Semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis maupun bagi dunia pendidikan secara umum.

Yogyakarta, 12 Oktober 2011

Penulis,

Farichatul Jannah



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

DESAIN PROGRAM SIARAN EKONOMI ISLAM BISNIS DI UNISI FM

Farichatul Jannah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana desain program siaran ekonomi Islam bisnis di radio unisi FM Yogyakarta. Dimana dalam program siaran ekonomi islam ini merupakan acara islami yang memiliki pendengar yang cukup banyak dan bertahan sangat lama. Tentu ada desain program yang tepat agar sebuah program acara islami ini dapat bertahan dan dapat disukai pendengarnya sehingga dakwah yang ada dalam acara tersebut dapat diterima oleh pendengar.

Dan hasil penelitian ini deskriptif kualitatif ini dapat diambil kesimpulan bahwa radio unisi FM dalam mendesain program siaran ekonomi Islam ini banyak hal yang harus dipenuhi dan diperhatikan, mereka mendesain acara ini tidak seperti acara agama islami pada umumnya dengan lagu-lagu nasyid atau islami, melainkan dengan lagu yang tetap disenangi pendengarnya yaitu pop barat dan gaya dialog yang semi formal sehingga pendengar yang mendengarkan merasa tidak sedang di ceramahi melainkan layaknya dialog yang sarat akan informasi.

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI | iii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| | |
| BAB I: PENDAHULUAN | 1 |
| A. Penegasan Judul | 1 |
| B. Latar Belakang..... | 4 |
| C. Rumusan Masalah | 8 |
| D. Tujuan Penelitian | 9 |
| E. Kegunaan Penelitian | 9 |
| F. Kajian Pustaka | 10 |
| G. Kerangka Teori | 16 |
| H. Metode Penelitian | 27 |
| | |
| BAB II: GAMBARAN UMUM | 32 |
| A. Gambaran Radio Unisi FM | 32 |
| B. Gambaran Umum Program Ekonomi Islam Bisnis | 37 |
| | |
| BAB III: PEMOGRAMAN PROGRAM SIARAN EKONOMI ISLAM BISNIS | 41 |
| A. Target Program Siaran Ekonomi Islam Bisnis | 41 |
| 1. Mengenalkan Ekonomi Islam | 41 |

| | |
|---|-----------|
| 2. Membuka Wawasan Ekonomi Islam..... | 42 |
| 3. Penerapan ekonomi Islam | 45 |
| B. Programming Siaran Ekonomi Islam Bisnis | 47 |
| 1. Penentuan Format Stasiun..... | 48 |
| 2. Penentuan Target Pendengar..... | 50 |
| 3. Membuat Acara siaran | 53 |
| a. Nama atau Judul Acara..... | 53 |
| b. Tema Acara..... | 55 |
| c. Materi Acara | 60 |
| d. Waktu Siar | 63 |
| e. Durasi Siar | 64 |
| f. Kriteria Penyiar | 65 |
| g. Jumlah Penyiar..... | 66 |
| h. Format Acara | 70 |
| i. Gaya Siaran..... | 71 |
| j. Teknis Siaran | 72 |
| k. Kriteria Lagu..... | 74 |
| l. Operasionalisasi Siaran | 75 |
| m. Operator siaran..... | 76 |
| n. Biaya operasional..... | 77 |
| o. Jumlah iklan..... | 79 |
| p. Jenis Iklan..... | 79 |
| BAB IV: PENUTUP..... | 83 |
| A. Kesimpulan..... | 83 |
| B. Saran-Saran..... | 87 |
| C. Kata Penutup..... | 88 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari interpretasi yang salah terhadap judul “*Desain Program Siaran Ekonomi Islam (Bisnis) di UNISI FM*”, maka terlebih dahulu ditegaskan maksud judul tersebut sebagai berikut:

1. Desain Program Siaran

Desain dari kata latin “*designare*”, berarti sketsa atau rencana suatu karya.¹ Program secara etimologi berasal dari bahasa Inggris, *programme* atau program (Amerika) yang mengandung pengertian acara, rencana atau rancangan. Program adalah suatu acara atau paket sajian berisi muatan kata-kata terucap dan tertulis, gambar statis dan bergerak, lagu dan musik, efek suara, serta cahaya yang bertujuan disuguhkan atau disampaikan melalui media elektronik (radio dan televisi).²

Program adalah segala hal yang ditayangkan media penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audien nya. Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan oleh media penyiaran. Siaran atau “broadcast” adalah pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar, baik bersifat interaktif maupun tidak yang dapat diterima melalui perangkat penerima pesan. Sementara penyiaran atau “broadcasting”

¹ *Ensiklopedi Nasional Indonesia* (Jakarta; PT Cipta Adi Pustaka, 1989) jilid 4, hlm. 309.

² A. Ius Yudo Triartanto, *Broadcasting Radio*, (Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2010), hlm. 99.

adalah kegiatan pemancar luasan siaran melalui sarana pemancar dan atau di antariksa dengan menggunakan spektrum, frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara kabel dan atau media lainnya untuk dapat diterima serentak bersamaan.³

Maka desain program siaran yang dimaksud penulis adalah rancangan program siaran “Ekonomi Islam (Bisnis)” di radio yaitu salah satu program siaran Islami Unisi FM yang memiliki format siaran talk show dengan tema bincang-bincang mengenai seputar dunia ekonomi Islam bisnis seperti zakat pengembangan ekonomi umat dan banyak lagi tema-tema tentang ekonomi islam bisnis aktual yang diangkat setiap minggu nya.

2. Ekonomi Islam (Bisnis)

Ekonomi Islam (Bisnis) adalah program siaran talk show tentang seputar ekonomi Islam bisnis yang disiarkan 104, 5 UNISI FM. Program siaran ini disiarkan setiap hari Senin pukul 09.10-10.00 WIB. Talk show Ekonomi Islam (Bisnis) ini disiarkan atas kerjasama UNISI FM dengan Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) yaitu sebuah lembaga yang berada di bawah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Isi dari siaran ekonomi Islam bisnis ini adalah sebuah program siaran radio *talk show* yang membahas tentang dunia ekonomi Islam bisnis meliputi unit-unit ekonomi seperti rumah tangga, perusahaan, serikat

³ <http://rri-sejateng.com/semarang>, akses 1 mei 2011

buruh, instansi pemerintah dan lembaga-lembaga lain yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi Islam dan bisnis. Pelaku-pelaku ekonomi seperti konsumen, produsen, buruh, investor dan pejabat-pejabat yang terkait, dan lingkungan sumber daya alam (SDA) dan sumber daya manusia (SDM), sumber daya teknologi (SDT).

3. Unisi FM

Unisi FM merupakan salah satu radio siaran yang berada di Yogyakarta dengan nama perusahaan PT. Radio Prima Unisi Yogya. Gaya muda dinamis menjadi ciri khas program dan kegiatan on air maupun off air radio Unisi FM. Radio ini pada awalnya bertempat di Jalan Cikditiro 1 Pasarkembang namun sekarang berada di Jalan Demangan Baru. 24 Yogyakarta.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis memberikan penegasan judul yang dimaksud dengan judul “Desain Program Siaran Ekonomi Islam (Bisnis) Studi di Unisi FM” adalah bagaimana perencanaan program siaran Ekonomi Islam (Bisnis) yang menyiarkan acara talk show dengan berbagai narasumber yang ahli dibidang ekonomi Islam bisnis. Sehingga dari acara ini masyarakat bisa mengenal ekonomi Islam dan bisnis secara syar’i dan dapat membuka wawasan masyarakat bahwa bisnis Islam tidak hanya untuk orang Islam melainkan juga masyarakat umum.

Masing-masing elemen (unit-unit ekonomi, pelaku-pelaku ekonomi) mempunyai fungsi-fungsi tertentu yang harus dijalankan selama berlangsungnya proses kegiatan ekonomi, seperti fungsi-fungsi produksi,

konsumsi, distribusi dan investasi. Bagaimana hasil dari kegiatan ekonomi sangat tergantung bagaimana elemen-elemen sistem ekonomi tersebut menjalankan fungsinya. Dari pemahaman yang bagus melalui program siaran ini diharapkan ekonomi Islam Bisnis ini dapat diterapkan ke semua lapisan masyarakat dalam menjalankan fungsinya secara syar'i.

B. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi komunikasi yang serba digital ini semakin mempermudah manusia untuk mendapatkan informasi, hiburan dan informasi bisnis. Banyaknya media informasi yang ada di kehidupan manusia seperti koran, majalah, televisi, internet dan radio, menjadikan kita tinggal memilih media mana yang ingin kita gunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi kita sehari-hari. Dan Radio adalah salah satu media informasi masih survive (bertahan hidup dan eksis) meskipun telah muncul televisi dan internet. Meskipun telah banyak media televisi dan internet radio tidak akan tergeser, karena radio bisa dengan sangat mudah di dapatkan, apalagi di era digital ini hampir semua alat teknologi seperti Hp, Mp3, Mp4 dan lain-lain telah disisipi radio di dalamnya. Sehingga lebih praktis mudah dibawa kemana pun dan didengarkan sambil membaca, bekerja dan beraktivitas.

Dalam proses komunikasi sosial, peran ideal radio sebagai media publik adalah mewadahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya. Ada tiga bentuk kebutuhan yaitu *informasi, pendidikan dan hiburan*. Tidak terpenuhinya salah satu kebutuhan tersebut akan membuat

radio kehilangan fungsi sosialnya.⁴ Maka radio akan kehilangan pendengar, dan bisa juga ditutup oleh masyarakat karena dianggap tidak bermanfaat dan tidak bisa memberikan kebutuhan masyarakatnya. Kedekatan Radio terhadap masyarakat inilah kemudian menjadikan radio memiliki wajah komersial radio siaran. Sama halnya dengan media lain seperti televisi, internet dan koran yang sering digunakan untuk berbagai tujuan tertentu. Selain untuk melayani kebutuhan pendengar, di Indonesia ada tujuan lain radio yaitu, aktualisasi kepentingan pengelola dan perolehan pendapatan ekonomi

Tujuan bisnis radio paling populer adalah tujuan yang dalam hal ini radio menjadi obyek mencari keuntungan dan lapangan kerja untuk menggaji karyawan. Radio menjadi pusat interaksi antara pengiklan dan pengelola.⁵ Tak mengherankan jika radio masih menjadi *trend* di tengah persaingan media massa yang ada, karena radio yang memiliki segmentasi pendengar yang jelas memiliki prospek iklan yang tidak sedikit.

Saat ini, dunia ekonomi dan bisnis Indonesia berlabel syariah (Islam) tengah menggeliat. Bank-bank syariah berkecambah. Berbagai macam bank tengah bersiap meluncurkan unit syariahnya, menyusul bank-bank konvensional yang telah sukses mendulang uang dan mendatangkan banyak nasabah, seperti bank mandiri syariah, bank niaga syariah, BII syariah dan lainnya. Itu sektor finansial (moneter), sektor riil pun tak mau kalah. Bisnis fashion muslim yang semarak, salah satunya. seperti tren artis dan muda mudi

⁴ Masduki, *Jurnalistik Radio Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*, (Yogyakarta: LKiS, 2004), hlm. 2.

⁵ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: LKiS, 2005), hlm. 6.

berbusana muslim menghiasi majalah-majalah dan stasiun televisi. Belum lagi bisnis media, makanan, pendidikan dan sebagainya. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas penduduk Indonesia yang muslim tengah menyadari pentingnya berbisnis dengan menggunakan ekonomi Islam.

Akan tetapi ada satu pertanyaan mendasar dan signifikan yang layak diajukan, apakah berbisnis dan ekonomi berlabel syariah (Islam) ini sudah sesuai dengan kaidah-kaidah syar'i yang digariskan al-Qur'an dan sunnah Nabi? Apakah geliat bisnis dan ekonomi syariah ini benar-benar mengimplementasikan nilai-nilai Islami? apakah ia hanya sekedar simbol saja yang ujung-ujungnya tak jauh berbeda dengan ekonomi dan bisnis yang tidak berlabel agama (umum)? Untuk itulah peneliti tertarik untuk memilih program siaran ekonomi Islam bisnis untuk diteliti, karena dalam program siaran ekonomi Islam bisnis ini dapat menjadi panduan masyarakat, untuk memilah-milah bisnis dan ekonomi yang benar-benar menjalankan kaidah syariah.

Bisnis atau berusaha sebagai bagian dari aktivitas ekonomi selalu memegang peranan vital di dalam kehidupan manusia sepanjang masa, sehingga kepentingan ekonomi akan mempengaruhi tingkah laku bagi semua tingkat individu, sosial, regional, nasional dan internasional. Umat Islam telah lama terlibat dalam aktifitas ekonomi, yakni lima belas abad silam. Islam menganjurkan umat-Nya untuk melakukan kegiatan bisnis (berusaha) guna

memenuhi kebutuhan sosial ekonominya. Nabi pun juga bisnis sebagai pedagang bersama istri.⁶

Dalam Islam segala sesuatu diatur, begitu juga dengan masalah ekonomi dan bisnis. Islam sebagai agama yang selalu mengajarkan kebaikan dan mengajak ke arah yang lebih baik, maka sebagai umat muslim kita memiliki tanggungjawab untuk saling mengajak kepada arah kebaikan sebagaimana disampaikan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

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

Berkaitan dengan radio, radio juga menjadi salah satu media untuk berdakwah, dan radio Unisi dengan latarbelakang agama Islam pun juga senantiasa menyeru pada kebaikan dan berdakwah melalui program-program siarnya. Akan tetapi radio Unisi mempunyai audien dengan berbagai latar belakang keagamaan, audien dari kalangan anak-anak muda, mampu mengemas pesan-pesan dakwah, bukan hanya dalam bentuk ceramah dan khotbah, namun Unisi berusaha mengolah pesan-pesan dakwah tersebut dengan berbagai bentuk penyampaian sehingga secara tidak terasa dapat diterima pendengarnya.

⁶ <http://sanoesi.wordpress.com/208/09/ekonomiislam-tugas-komphrensif-di/> akses 1 Mei 2011

Maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk meneliti acara ekonomi Islam bisnis di Unisi FM, karena dunia ekonomi dan bisnis sangat dekat di kehidupan kita sehari-hari. Sebagai Muslim yang baik kita harus dapat mengamalkan kehidupan sehari-hari kita sesuai dengan tuntunan al-Qur'an. Dan orang-orang yang berkecimpung di dunia ekonomi dan bisnis tak lepas dari orang-orang Islam, untuk itu muncul ekonomi dan bisnis berbasis syariah Islam. Hal ini dibuktikan dengan kemunculan bank-bank berbasis syariah, koperasi syariah dan banyak lagi yang lain.

Bagaimana merancang program siaran ekonomi Islam bisnis di Unisi FM menjadi fokus penelitian penulis, karena dengan perencanaan desain program yang baik dan berkualitas, siaran yang disiarkan sebuah radio dapat meraih perhatian pendengar yang banyak sehingga tujuan yang di inginkan yaitu untuk menyiarkan agama Islam dapat tersampaikan.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dipaparkan diatas, maka penulis mengambil rumusan masalah yaitu:

1. Apa target yang akan dicapai oleh program ekonomi Islam bisnis di UNISI FM?
2. Bagaimana merancang program siaran ekonomi Islam bisnis untuk mencapai target program siaran ekonomi Islam Bisnis?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut di muka maka yang menjadi tujuan peneliti adalah:

1. Mengetahui target yang akan dicapai oleh program siaran ekonomi Islam Bisnis
2. Mengetahui rancangan program siaran ekonomi Islam bisnis di UNISI FM

E. Kegunaan Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Akademik
 - a. Penelitian ini disumbangkan kepada Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, khususnya Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dalam rangka memperkaya khasanah penelitian dan sumber bacaan.
2. Secara Praktis

Melalui penelitian ini maka diharapkan dapat mengetahui bagaimana merancang program acara sehingga pendengar mendapatkan apa yang dibutuhkannya dan puas terhadap yang di dapatkan melalui program acara tersebut. Dari sini maka manfaat yang diharapkan adalah:

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan sebuah stasiun radio dalam pemrograman acara radio sehingga acara yang disajikan dapat memenuhi tujuannya untuk menyiarkan siaran agama Islam.

Dengan demikian perusahaan dapat melakukan upaya untuk mempertahankan posisi program atau melakukan pengembangan program penyiaran agama Islam sebagaimana yang diharapkan pendengar.

b. Bagi Masyarakat

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan kepada masyarakat mengenai perencanaan program siaran radio yang baik, sehingga masyarakat mengerti bahwa media selalu memberikan informasi yang patut dianggap penting dan bermanfaat.

F. Kajian Pustaka

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam proses penelitian tentang “Desain Program Siaran Ekonomi Islam (Bisnis) di UNISI FM” peneliti akan mengacu kepada beberapa pemikiran dan pembahasan terdahulu yang membahas tentang penelitian yang relevan dengan penelitian yang dilakukan sekarang ini. Adapun tinjauan pustaka yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya adalah:

1. Skripsi Dian Ekawati (2006), Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gajah Mada Yogyakarta, berjudul “Strategi Programming Pada Show Segmented (Studi Kasus Pada Program “*Ichigo*” di Radio Swaragama 101, 7 FM Jogja)”.

Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa Radio Swaragama FM menyajikan program acara sesuai dengan target pendengar. Dalam penelitiannya diketahui bahwa persaingan media radio

makin tinggi sehingga target pendengar menjadi prioritas dalam programming radio atau penataan acara.

Upaya-upaya yang dilakukan Swaragama FM untuk memenuhi target pendengar diantaranya dengan program acara yang disajikan berorientasi pada selera khalayak. Format radio Swaragama yang *contemporary hits* dan segmen usia pendengarnya 18-30 tahun maka pada penentuan program tidak akan dipilih lagu-lagu yang “oldies” melainkan lagu populer dan masih dapat dinikmati oleh segmen usia pendengar Swaragama. Khalayak adalah komoditi siaran. Hal ini menjadi pemikiran pengelola program.

Hasil-hasil penting dalam penelitian Strategi Programming Pada Show Segmented Studi Kasus Pada Program “*Ichigo*” di Radio Swaragama 101, 7 FM Jogja adalah:

- a. *Compability*, yaitu menyesuaikan waktu siar program Ichigo sebagai *weekly* program dengan keseharian atau kebiasaan pendengar sehingga memberikan nuansa baru dan berbeda di waktu *weekend* pendengarnya.
- b. *Habit Formation* yaitu menumbuhkan kebiasaan audience untuk mendengarkan sehingga menjadikan pendengar menjadi fanatik dan loyal terhadap program.
- c. *Control of Audience Flow* yaitu menjaga jumlah audience dengan menghadirkan program yang menarik.

- d. Conservation of Program Progress yaitu menjaga kelestarian sumberdaya program dengan *source* informasi yaitu mencari sumber informasi dan berita serta musik dengan menyajikan segmen serta edisi spesial.

Adapun metode penelitiannya yang dilakukan menggunakan metode studi kasus, metode pengumpulan data dengan cara interview dan observasi.

2. Skripsi Andrini Prima Retnaningtyas (2010) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, berjudul “Manajemen Programming Radio Daerah Bermuatan Dakwah (Studi Komparasi Radio Kota Perak Yogyakarta dan Radio Persatuan Bantul)”

Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan Manajemen Programming Radio Daerah Bermuatan Dakwah (Studi Komparasi Radio Kota Perak Yogyakarta dan Radio Persatuan Bantul)” adalah:

- a. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan radio dakwah adalah memilih dan menentukan tindakan yang akan dilakukan pada masa yang akan datang dalam rangka penyiaran agama Islam yang diharapkan dapat berlangsung dengan efektif dan efisien.

- b. Pengorganisasian (*organizing*)

Rangkaian menyusun suatu kerangka menjadi wadah bagi segenap kegiatan usaha, dengan jalan membagi dan mengelompokkan

pekerjaan yang harus dilaksanakan serta menetapkan dan menyusun jalinan kerja antara satuan-satuan, organisasi dan petugasnya.

c. Menggerakkan (*leaders*)

Menggerakkan orang-orang agar mau bekerja dengan sendirinya dan penuh kesadaran serta bersama-sama untuk mencapai tujuan yang dikehendaki secara efektif.

d. Pengawasan (*controlling*)

Pemimpin dapat mengambil tindakan pencegahan terhadap kemungkinan terjadinya penyimpangan serta mengadakan usaha-usaha peningkatan, pengembangan, dan penyempurnaan terhadap kegiatan-kegiatan yang dijalankan.

Adapun metode penelitiannya yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan cara observasi dan interview. Sedangkan metode analisis menggunakan cara deskriptif interpretative.

3. Skripsi Leo Dwi Nugroho (2009), Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Komputer Indonesia, berjudul “Strategi Program Siaran Radio Sky FM Bandung dalam acara *Sky Life Story*”.

Hasil penelitian Strategi Program Siaran Radio Sky FM Bandung dalam acara *Sky Life Story* sebagai berikut:

- a. Product dipahami sebagai pemilihan materi program yang bagus dan diharapkan akan disukai para pendengar radio Sky FM.

b. Aspek place menjadi pertimbangan mendasar dalam strategi perencanaan suatu program siaran untuk mendapatkan audiens nya, sehingga program siaran yang bersangkutan tidak ditinggalkan oleh pemirsanya.

c. Promotions pada aspek sound slide

Mengiklankan program acara *Sky Life Story* dengan cara menyisipkan nya di program lain.

Strategi Program Siaran Radio Sky FM Bandung dalam acara *Sky Life Story* adalah bahwa Program *Life Story* mempertimbangkan segmentasi dengan memperhatikan karakter wanita Bandung pada umumnya, dengan demikian acara *Sky Life Story* bisa mendapatkan hati pendengarnya bahwa salah satu ciri wanita yang hidup dalam era globalisasi adalah wanita yang tidak pernah lepas dari akses informasi aktual tentang wanita dan *life style*.

Jenis penelitiannya adalah Kualitatif, dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, Sampel dalam penelitian menggunakan teknik sampling purposif. Peneliti menetapkan sampel hanya 1 (satu) orang yaitu Ibu Mulihati, yang dimana beliau bertugas sebagai Programmer Director radio Sky FM dan Producer acara *Life Story*. Data diperoleh melalui wawancara dan studi kepustakaan.

4. Skripsi Mukhammad Arifin (2008), Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berjudul “Aktivitas Program

koordinator Dalam Mendesain Program Acara (Study Kasus I-Radio Yogyakarta)”).

Berdasarkan penelitiannya dapat disimpulkan bahwa program-program I-Radio Jogja telah didesain sesuai dengan visi yakni, dengan memutarakan 100 persen lagu-lagu pop urban karya musisi negeri sendiri, yang Informatif, Interaktif, dan Intermezzo.

Hasil penelitiannya adalah bahwa *program coordinator* telah melaksanakan tugasnya sebagai *programmer* yakni dengan mengusulkan perencanaan program yang sesuai dengan konsep dan tujuan perusahaan, membuat kreatif program dan kreatif produk siaran, mempersiapkan materi produksi sesuai konsep, menunjuk produser acara untuk pelaksanaan program, melakukan eksekusi suatu konsep program atau produksi siaran, melaksanakan jadwal pelaksanaan siaran baik “*live*” atau “*recording*”, mengawasi serta memberi usulan terhadap eksekusi suatu program/ produksi siaran

Metode dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Adapun metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode observasi, metode interview metode dokumentasi. Dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, mengikuti konsep yang diberikan Miles and Huberman dan Spradley.

Perbedaan penelitian ini dengan keempat penelitian tersebut di atas yakni, penelitian ini akan meneliti bagaimana merencanakan program

siaran ekonomi Islam (Bisnis) di Unisi. Kekhasan dari penelitian penulis adalah bagaimana sebuah media dalam hal ini radio, mengarahkan audien pada apa yang harus audien lakukan, dalam hal ini radio mengarahkan pada informasi akan pentingnya pengetahuan dan pelaksanaan syariah Islam dalam kehidupan ekonomi dan bisnis. Informasi ini di bingkai radio Unisi melalui program siaran ekonomi Islam bisnis. Sehingga sebuah media radio memerlukan rancangan pemrograman yang matang dalam mendesain program siaran ekonomi Islam (Bisnis).

G. Kerangka Teori

1. Agenda Setting

Agenda setting theory adalah teori yang mengatakan media (khususnya media berita) tidak selalu berhasil memberi tahu apa yang kita pikir, tetapi media tersebut benar-benar berhasil memberi tahu kita berfikir tentang apa. Media massa selalu mengarahkan kita pada apa yang harus kita lakukan, media memberi agenda-agenda melalui pemberitaannya sedangkan masyarakat akan mengikutinya. Menurut teori ini media mempunyai kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu.⁷

Asumsi teori ini adalah bahwa jika media memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk

⁷ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Bandung: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 195-196.

menganggapnya penting. Jadi apa yang dianggap penting media, maka penting juga bagi masyarakat. Dalam hal ini media diasumsikan memiliki efek yang sangat kuat, terutama karena asumsi ini berkaitan dengan proses belajar bukan dengan perubahan sikap dan pendapat.⁸ Pada teori ini media sangat berperan dalam membentuk pemahaman khalayak tentang suatu gagasan atau peristiwa. Sehingga apa yang dikabarkan media tersebut menjadi sangat penting.

Teori agenda setting ini sesuai digunakan dalam penelitian ini. Karena dalam penelitian ini, media dalam hal ini radio Unisi FM mengarahkan atau mengagendakan pendengarnya tentang apa yang harus audien anggap penting, yakni dalam agenda ini adalah mengenalkan masyarakat tentang ekonomi Islam dan diharapkan audien akan mengikuti atau mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Karena melalui program siaran ekonomi islam bisnis ini media radio mengarahkan perhatian, gagasan audien tentang pentingnya ekonomi islam bisnis.

Agar dapat mengarahkan perhatian dan mempengaruhi masyarakat akan pentingnya ekonomi dan bisnis secara syar'i melalui media radio, maka sebuah stasiun radio perlu mempersiapkan perencanaan program siarannya dengan matang.

⁸ <http://ruangdosen.wordpress.com>. Diakses 1 november 2010

2. Programming Siaran Radio

Programming adalah suatu kegiatan dan atau pekerjaan menyusun program-program secara sistematis dan terjadwal untuk terselenggaranya kegiatan siaran baik radio maupun televisi. Penyusunan program-program dapat dilakukan berdasarkan pola harian, mingguan, bulanan atau tahunan. Sehingga menurut Effendi programming adalah pendistribusian waktu siaran.⁹

Sedangkan Joseph R. Dominick mengartikan Program siaran adalah komposisi acara siaran mulai dari tune in (pembukaan) sampai tune out (penutup). Sedangkan program merupakan salah satu acara siaran dari sekian banyak acara siaran yang disusun sebagai program siaran. Dengan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa Programming adalah suatu kegiatan dalam manajemen siaran untuk merencanakan acara siaran dan menempatkannya dalam suatu jadwal acara yang bersifat bulanan, mingguan bahkan harian.¹⁰

Di dalam industri kepenyiaran A. Ius dalam bukunya "Broadcasting Radio" juga mengartikan perencanaan merupakan unsur sangat penting karena siaran memiliki pengaruh dan dampak yang sangat kuat dan besar. Perencanaan disini juga meliputi perencanaan produksi dan

⁹ Tommy Suprpto, *Berkarir di bidang broadcasting*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2006), hlm 98.

¹⁰ Joseph Dominic, *The Dynamics of Mass Communication, Third Edition*, (Mc Grow-Hill Publishing, USA, 1990), hlm. 210.

materi siaran yang disusun menjadi rangkaian mata acara harian mingguan dan juga bulanan, perencanaan sarana dan prasarana administrasi.¹¹

Secara lebih terperinci Temmy lesan Pura dalam buku “Broadcasting Radio” menjelaskan bahwa dalam perencanaan dan mendesain siaran harus menentukan beberapa hal yaitu sebagai berikut:

a. Penentuan format Stasiun

Format Stasiun adalah pola atau bentuk dominan yang menunjukkan ciri dan identitas tertentu dari stasiun radio yang bersangkutan. Misalkan, radio El-Shinta di Jakarta, porsi dominan programnya adalah berita dan siaran obrolan, itu artinya El-Shinta mempunyai format stasiun *news and talk*. Lalu I-Radio (Jakarta) format stasiunnya adalah musik pop Indonesia, karena sebagian besar durasi waktunya memutar lagu-lagu Indonesia.¹²

Namun dalam lingkup mancanegara ada beberapa format-format stasiun yang dikenal dengan pendekatan musik yaitu:

- 1) *Adult Contemporary*
- 2) *Top 40 atau Contemporary*
- 3) *AOR (Album Rock Hit Rock)*
- 4) *Cross Over*
- 5) *MOR (middle of the road)*
- 6) *Beautiful music*

¹¹ A. Ius Yudo Triartanto, “*Broadcasting Radio*”, hlm. 96

¹² *Ibid.*, hlm. 107

7) *Oldies*.¹³

b. Penentuan target Pendengar

Penentuan format stasiun radio mengacu pada hasil riset observasi dan *survey* yang dilakukan oleh stasiun yang bersangkutan, biasanya para pihak pengelola stasiun radio tidak akan pernah gegabah dalam menentukan format stasiun, radio terlebih dahulu memperhitungkan probabilitas peluang bisnis dan target pendengarnya.

Target pendengar, yaitu audien atau sasaran yang akan menjadi pendengar siaran acara radio, yang secara umum diklasifikasikan berdasarkan tiga disiplin akademis yaitu: *sosiodemografis* (pendidikan, usia, jenis kelamin, etnis, kepercayaan, bahasa, pekerjaan), *geografis* (lingkungan hidup), dan *psikografis* (aspirasi, kesenangan dan kebiasaan-kebiasaan). Agar siaran radio lebih tersegmentasi maka ketiga disiplin tersebut dikaji atau diteliti untuk mengetahui gaya hidup dan kebutuhan pendengar serta motivasi mereka.¹⁴

c. Membuat Acara siaran

Setelah menentukan format stasiun dan target sasaran pendengarnya maka akan lebih mudah dalam membuat sebuah program acara siaran radio. Sebuah program acara siaran radio secara

¹³ *Ibid.*, hlm. 107

¹⁴ Masduki, *Menjadi Broadcaster*, hlm. 51

kemasan ataupun materi isinya terdiri dari banyak hal, ada beberapa unsur-unsurnya, diantaranya sebagai berikut:

1) Tema Acara

Suatu acara yang akan dibuat membutuhkan suatu tema yang jelas. Tema bisa berupa yang terbagi dalam segmen acara tapi bisa juga menjadi satu kesatuan acara.

2) Nama atau Judul Acara

Adapun beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menentukan nama acara adalah nama mudah di ingat pendengar dan diucapkan pelaksana siaran, menggunakan bahasa yang dimengerti seperti bahasa lokal, nasional ataupun internasional. Untuk nama yang bersifat formal terdiri dari dua tiga suku kata lengkap, untuk nama jika nama yang bersifat informal berupa singkatan atau plesetan kalimat. Dan yang terpenting nama dibuat berdasarkan isi tujuan aktifitas siaran.¹⁵

3) Materi Acara

Materi acara harus menarik, aktual serta sesuai minat sasaran pendengar. Materi acara merupakan sumber utama dari si penyiari agar siarannya tidak sekedar cuap-cuap di depan mikrofon. Sebab, jika penyiari kurang menguasai materi acara, meminjam istilah Temmy Lesan Pura, maka si penyiari tersebut disebut penyiari “asma kumat” (asal *mangap* kurang materi)

¹⁵. *Ibid.*, hlm. 50.

4) Waktu Siaran

Menempatkan waktu acara secara tepat juga merupakan salah satu faktor suksesnya acara. Dengan memahami penempatan waktu, acara yang pas berarti siaran tersebut bukanlah kesia-siaan.

5) Durasi Siaran

Setiap acara memiliki alur klimaksnya. Ada acara yang disajikan dengan durasi satu jam, justru malah dianggap terlalu pendek, namun sebaliknya ada pula acara yang berdurasi dua jam malah menjenuhkan. Faktornya bisa beragam bisa karena penyiar atau materi programnya yang tidak menarik. Untuk itu pembagian segmen dalam setiap acara mutlak diperlukan sehingga pendengar dapat menangkap isi siaran dan menikmati hingga selesai.

6) Kriteria Penyiar

Menentukan penyiar dalam program perlu memahami karakter, kepribadian, dan tingkat intelektual dan emosionalnya. Sebab, penempatan penyiar yang tepat pada program yang tepat bukan hal mudah. Untuk itu, perlu memahami kemampuan dan bakat si penyiar dan tuntutan programnya.

Maka penyiar *talk show* harus¹⁶

- a) Berwawasan luas, kritis, analitis, dan memahami tema
- b) Menyiapkan pertanyaan berupa point-point saja, bukan dalam bentuk kalimat tanya. Hal ini agar pertanyaan yang terlontar alamiah spontan tidak kaku.

¹⁶Asep Symsul M. Romli, *Basic Announcing: Dasar-Dasar Radio*, (Bandung, Nuansa 2009) hlm. 22

- c) Ajukan pertanyaan secara jelas dan singkat
- d) Jangan ajukan yes no question yang hanya membutuhkan jawaban ringkas ya atau tidak tapi gunakan kata tanya mengapa?
- e) Tunjukkan perhatian dengan cara mengangguk, tersenyum dan membuat kontak mata secukupnya. Jangan membuat terlalu banyak suara seperti uh, huh, oh, emm, masa? Dan sebagainya.
- f) Jangan terlalu bergegas mengisi sela atau memotong pembicaraan, berilah narasumber kesempatan untuk berfikir dan menjawab. Jika ragu-ragu tahan suara mungkin saja akan ada sesuatu yang mengejutkan dari ucapan narasumber

7) Jumlah Penyiar

Menentukan jumlah penyiar dalam suatu acara merupakan keahlian tersendiri dalam merencanakan siaran, sebab, tidak semua acara bisa cocok dengan satu atau dua penyiar, bahkan lebih.

Sering juga acara televisi dipandu oleh dua, tiga bahkan empat orang presenter. Akibatnya acara jadi hanya fokus pada presenter dan pesannya menjadi tidak efektif, karena tak jarang setiap presenter jika berbicara suka saling tindih. Idealnya, seorang presenter atau penyiar yang hebat mampu “menghidupkan” acara, walau ia tampil seorang diri.

8) Format Acara

Suatu acara dibuat berdasarkan sifat dari materi yang akan disajikan. Apakah materi acara tersebut lebih tepat menggunakan format program feature, dokumenter, *variety show*, majalah udara atau bentuk lainnya. Dalam hal ini perencanaan program sangat dibutuhkan.

Dalam istilah format acara didalamnya terdapat dua pengertian yaitu format program dan format produksi. Format program adalah rancangan bangun penyajian sebuah program acara siaran berdasarkan pendekatan isi materinya, bagaimana suatu materi hendak diangkat ke dalam bentuk program siaran radio. Sedangkan format produksi adalah rancangan bangun suatu program siaran menurut teknik penyajiannya ke dalam bahasa audio.¹⁷

9) Gaya Siaran

Dimaksudkan apakah gaya siaran yang dibawakan secara santai, semi formal, atau formal. Ini terkait dengan sifat dari acaranya, yang meliputi materi siaran, lagu, format program.

10) Teknis Siaran

Siaran bisa berjalan sesuai aturan baku dari stasiun yang bersangkutan. Namun, bisa saja dapat dilakukan sesuai kebutuhan,

¹⁷ Antonius Darmanto, *Teknik Penulisan Naskah Acara Siaran Radio*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1998) hlm. 46-47.

apakah perlu ada siaran interaktif atau *live report*, serta bintang tamu.

11) Kriteria Lagu

Memahami lagu-lagu atau musik yang bakal ditempatkan dalam suatu acara, baik itu sebagai selingan atau materi acara utama, sebaiknya mengerti jenis, karakter sound, vokal penyanyi, tahun edar, aransemen dan trend musiknya.

12) Jumlah lagu

Keseimbangan antara materi kata dan lagu merupakan salah satu keindahan dalam penyajian siaran. Terlalu banyak obrolan, siaran bisa terdengar menjenuhkan. Terlalu banyak lagu dapat mengurangi daya tarik karakteristik broadcasting. Seolah-olah radio tersebut seperti sebuah toko kaset atau mp3.

13) Operasionalisasi Siaran

Siaran bisa berlangsung secara live atau rekaman. Segala sesuatu bergantung dari situasi dan kondisi.

14) Operator Siaran

Tingkat ketrampilan operator harus disesuaikan dengan format dan teknis siarannya. Sebab tidak semua operator siaran memiliki ketrampilan yang sama pada suatu acara yang sama. Namun, di beberapa stasiun radio memberlakukan *single operation* artinya penyiar juga berfungsi sebagai operator.

15) Biaya operasional

Penetapan biaya operasional melingkupi honor penyiar, operator, bintang tamu, pulsa telepon dan lain-lain dapat menjadi patokan dalam target perolehan iklan. Bisa berupa spot atau sponsor program.

16) Jumlah iklan

Tidak dipungkiri bahwa radio dapat hidup karena iklan. Namun, jika spot iklan terlalu banyak diputar di suatu acara, menjadikan pendengar merasa jenuh dan mulai berpindah ke stasiun radio lain. Bahkan ada pedoman tak tertulis dari suatu stasiun radio yang beroperasi pukul 06.00-24 WIB (18 Jam siaran) membatasi iklan spotnya maksimal 150 spot perhari hingga pukul 20.00 WIB. Misalkan dalam acara durasi satu jam dengan jumlah iklan spot sebanyak 8 spot +240 detik atau 4 menit malah dianggap sebagian banyak orang, acara tersebut sudah terlalu banyak iklan. Hal ini pernah diungkap oleh sejumlah pendengar radio dalam acara keluhan surat atau sms atau email pendengar.

17) Jenis Iklan

Iklan juga merupakan bagian dari acara dan secara tidak langsung suatu spot iklan bisa menjadi daya tarik acara. Karakteristik acara menentukan iklan yang tepat dan pas. Misalkan, acara program musik remaja, tentu spot iklan yang cocok adalah produk-produk yang dikenal remaja seperti iklan shampoo, sabun, minuman, makanan, kartu telepon dan lain-lain.

Dari hal-hal di atas, selain menjadi pedoman dalam membuat program, diharapkan pula bagian program mampu membuat program yang bagus. Karena hal-hal diatas telah memuat apa saja yang perlu dipenuhi dalam suatu program.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretatif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, dengan menelaah masalah penelitiannya.¹⁸

Alasan memakai penelitian kualitatif yaitu sifat masalah yang diteliti lebih tepat digunakan jenis penelitian kualitatif, karena metode kualitatif ini dapat digunakan untuk mengungkapkan dan memahami sesuatu di balik fenomena, dapat juga digunakan untuk mendapatkan wawasan tentang sesuatu yang baru sedikit diketahui. Metode ini dapat memberi rincian yang kompleks tentang fenomena yang sulit diungkapkan oleh metode kuantitatif.¹⁹

Penelitian ini menggunakan format deskriptif kualitatif, deskriptif kualitatif pada umumnya dilakukan pada penelitian mendalam studi kasus. Deskripti kualitatif studi kasus merupakan penelitian *eksplorasi* dan

¹⁸ Deddy Mulyana, *Metode Penelitian Komunikasi Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 5.

¹⁹ Anselm Strauss dan Juliet Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif Tata Langkah dan Teknik-Teknik Teoritisasi Data*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm. 4.

memainkan peranan yang amat penting dalam menciptakan pemahaman orang tentang berbagai variabel sosial. Format deskriptif kualitatif lebih tepat digunakan untuk meneliti masalah-masalah yang membutuhkan studi mendalam, seperti masalah-masalah efek media terhadap pandangan pemirsa terhadap suatu tayangan media.²⁰ Dalam hal ini studi kasus nya adalah perencanaan program ekonomi Islam bisnis.

Adapun langkah-langkah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Penentuan sumber data Penelitian

Subyek penelitian yang penulis jadikan sumber data dalam penelitian ini adalah UNISI FM bagian program. Bagian Program merupakan orang yang paling bertanggungjawab terhadap pelaksanaan dan perencanaan program siaran.

b. Obyek penelitian

Obyek penelitian yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

- 1) Target yang akan dicapai program ekonomi Islam Bisnis
- 2) Rancangan program ekonomi Islam bisnis untuk mencapai target yang di inginkan.

2. Metode Pengumpulan Data.

Dalam usaha pengumpulan data yang dianggap relevan dengan obyek penelitian maka diperlukan adanya metode pengumpulan data.

²⁰ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: kencana, 2008), hlm. 68-69.

Adapun metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu, dan perasaan. Alasan peneliti melakukan observasi adalah untuk menyajikan gambaran realistik perilaku atau kejadian, untuk menjawab pertanyaan, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.²¹ mengemukakan beberapa bentuk observasi yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu observasi tidak terstruktur, Observasi tidak berstruktur adalah observasi yang dilakukan tanpa menggunakan guide observasi. Pada observasi ini peneliti atau pengamat harus mampu mengembangkan daya pengamatannya dalam mengamati suatu objek.²²

b. Metode wawancara

Wawancara merupakan alat pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan

²¹ Bungin, B. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Prenada Media Group: Jakarta. Hlm. 115

²² *Ibid*, hlm. 132

atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama..

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan suatu metode pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik. Dokumen yang telah diperoleh kemudian dianalisis (diurai), dibandingkan dan dipadukan membentuk satu hasil kajian yang sistematis, padu dan utuh. Jadi studi dokumenter tidak sekedar mengumpulkan dan menuliskan atau melaporkan dalam bentuk kutipan-kutipan tentang sejumlah dokumen yang dilaporkan dalam penelitian adalah hasil analisis terhadap dokumen-dokumen tersebut.

3. Metode Analisis data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif.

Proses analisis data dilakukan semenjak data dikumpulkan. Data yang diperoleh dikumpulkan, dikategorikan, dan kemudian dicari kesesuaian polanya yang pada tahapan selanjutnya dilakukan analisis terhadap data tersebut, analisis dilakukan dengan jalan mengaitkan kategori data ke dalam kerangka teori yang ada. Data yang diperoleh dalam keseluruhan proses penelitian ini akan disajikan dalam bentuk uraian yang disusun secara sistematis agar dapat dipahami dengan mudah.

Dengan demikian, secara sistematis langkah-langkah analisis tersebut adalah:

- a. Mengumpulkan data-data dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.
- b. Menyusun seluruh data yang diperoleh sesuai dengan urutan pembahasan yang telah direncanakan.
- c. Melakukan interpretasi secukupnya terhadap data yang telah disusun untuk menjawab rumusan masalah sebagai hasil kesimpulan.

a. Penentuan format Stasiun.

Format characteristics radio Unisi FM adalah contemporary hits radio, yaitu format station yang dipilih Unisi FM untuk audiens yang “muda dewasa” dengan menyajikan beberapa jenis musik yang tengah hits dan populer dengan komposisi lagu Indonesia 75% dan 25% lagu barat.

b. Penentuan Target.

Target pendengar Unisi FM pendengar berdasarkan sosiodemografis adalah jenis kelamin pria dan wanita, usia 18-39 tahun, pendidikan SMA, perguruan tinggi dan lainnya. Pekerjaan blue collar, white collar, entrepreneur, student, housewife dan other. Berdasarkan pendapatan yaitu Kelas atas bagian bawah (A), Kelas menengah kebawah (B), Kelas bawah bagian atas (C1), kelas bawah bagian atas (C2).

Berdasarkan segmentasi geografis adalah DIY kota Yogyakarta, kabupaten Sleman, kabupaten Bantul, kabupaten Kulon Progo, kabupaten Gunung Kidul, kabupaten Klaten, kabupaten Magelang kabupaten Boyolali, kabupaten Purworejo.

Dan segmentasi psikografis audien Unisi FM secara umum dan khususnya program siaran ekonomi Islam bisnis adalah dinamis, aktif, suka hiburan, religius, peduli kesehatan dan lingkungan, suka musik dan berorientasi pada informasi pengetahuan baru.

3. Membuat Acara Siaran

Beberapa hasil dari pembuatan acara ekonomi Islam bisnis ini meliputi sebagai berikut:

- a. Nama atau judul acara yaitu “ekonomi Islam bisnis”
- b. Tema Acara, menentukan tema siaran tidaklah ditentukan oleh pihak Unisi FM, akan tetapi Unisi FM menyerahkan tema siaran setiap minggunya pada narasumber yang akan mengisi siaran. Jadi baik narasumber, jadwal dan tema siarannya dijadwal dan disiapkan setiap seminggu sebelum siaran.
- c. Materi Acara, sumber materi acara adalah Al-Qur’an dan Hadits dan dalam penentuan materi siaran Unisi FM menyerahkan sepenuhnya pada P3EI UII.
- d. Waktu Siar, waktu siaran ekonomi Islam bisnis adalah pada pukul 09.10-10.00.
- e. Durasi Siar program siaran ekonomi Islam bisnis satu jam adalah waktu yang sangat tepat karena tidak terlalu lama dan terlalu pendek
- f. Kriteria Penyiar, radio UNISI FM untuk program ekonomi islam menentukan penyiarnya adalah saudara Bulan yang mampu membawakan program *talk show* ekonomi Islam.
- g. Jumlah Penyiar, Unisi FM dalam program siaran ekonomi Islam bisnis menetapkan satu orang penyiar sebagai pemandu acara dan satu orang narasumber pengisi acara.

- h. Format Acara, format untuk acara ekonomi Islam bisnis yaitu menggunakan format *talk show*
- i. Gaya Siaran, gaya siaran yang digunakan dalam program siaran ekonomi Islam bisnis adalah dibawakan secara semi formal.
- j. Teknis Siaran, teknis siaran program ekonomi Islam bisnis adalah interaktif secara live dengan menghadirkan narasumber.
- k. Kriteria Lagu yang dipilih untuk program ekonomi Islam bisnis adalah lagu pop – barat, yaitu lagu-lagu yang disenangi pendengar Unisi.
- l. Operasionalisasi Siaran, siaran ekonomi Islam bisnis dalam operasionalisasi siarannya, disiarkan secara langsung atau *live* dari studio Unisi FM dan siarannya tersebut direkam
- m. Operator siaran, dalam penentuan operator siaran radio Unisi tidak menggunakan operator siaran, radio Unisi memberlakukan *single operation* artinya penyiar juga berfungsi sebagai operator.
- n. Biaya operasional, Unisi FM dalam biaya operasional untuk bintang tamu atau dalam program siaran ekonomi Islam bisnis adalah narasumber yang berasal dari P3EI UII maka biaya untuk narasumber sepenuhnya ditanggung oleh P3EI UII. Dan untuk operasional penyiar yang merangkap operator di tanggung Unisi FM dari perolehan iklan.
- o. Jumlah iklan, dalam menentukan jumlah iklan untuk program siaran ekonomi Islam bisnis, Unisi FM menentukan jumlah iklan nya adalah dua iklan loose spot dan satu iklan insert yaitu iklan insert lembaga pendidikan

p. Jenis Iklan yang disiarkan dalam sela-sela program siaran ekonomi Islam bisnis adalah, iklan usaha, iklan produk dan insert program.

Dalam aktivitas programming ternyata tidak semudah penulis bayangkan. Banyak faktor dan variabel di dalamnya mulai dari format radio, format acara, target pendengar atau audience research, bahkan sampai pembuatan program acara tersebut agar dapat menarik. Pada dasarnya dalam aktifitas programming tidak terlalu sulit kalau dari pengarah program program coordinator mengacu pada kerangka dasar optimalisasi kerja dan ruang lingkup dari pengarah program.

B. Saran-saran

Setelah melihat keadaan yang ada di Unisi radio Jogja dan juga data yang diperoleh dari dokumentasi dan wawancara yang dilakukan, penulis memiliki beberapa saran antara lain:

1. Berkaitan dengan program siaran ekonomi Islam bisnis, sudah cukup menarik dan semoga dapat lebih ditingkatkan dengan menghadirkan praktisi dan akademisi yang dapat memberikan wawasan yang luas mengenai ekonomi dan bisnis Islami.
2. Untuk mahasiswa, sebagai mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, sudah semestinya dapat menciptakan dan mendesain acara-acara islami yang menarik sehingga dapat terus menyiarkan syiar Islam ditengah banyaknya acara yang semakin beragam.

3. Untuk pembaca, semoga skripsi ini bisa menjadi inspirasi dan motivasi dalam mendalami dunia radio.

C. Kata Penutup

Usaha yang maksimal telah penulis lakukan untuk melakukan penelitian, menganalisa data dari hasil penelitian dan mempersembahkan sebuah tugas akhir yang berkualitas dan bermanfaat.



DAFTAR PUSTAKA

- A. Ius Yudo Triartanto, *Broadcasting Radio*, (Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2010)
- Anselm Strauss dan Juliet Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif Tata Langkah dan Teknik-Teknik Teoritisasi Data*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2003
- Antonius Darmanto, *Teknik Penulisan Naskah Acara Siaran Radio*, Yogyakarta: Andi Offset, 1998
- Asep Kurniawan, *Komunikasi dan Penyiaran Islam Mengembangkan Tabligh Melalui Mimbar media Cetak, Radio, Televisi Film dan Media Digital*, Bandung: Benang Merah, 2004
- Asep Symsul M. Romli, *Basic Announcing: Dasar-dasar Radio*, Bandung, Nuansa 2009
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2008
- Deddy Mulyana, *Metode Penelitian Komunikasi contoh-contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis*, (Bandung: PT Remaja Rosda karya, 2008)
- Ensiklopedi Nasional Indonesia jilid 4, Jakarta: PT Cipta Adi Pustaka, 1989
- Harley Prayudha, *Radio: Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, Malang: Bayu Media Publishing, 2004
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003
- Hamzah Ya'kub, *Publistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership*, (Bandung: Diponegoro, 1981)
- J.B Wahyudi , *Dasar-dasar Managemen Penyiaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994
- Joseph Dominic, *The Dynamics of Mass Communication, Third Edition*, (McGrow-Hill Publishing, USA, 1990)
- Katalog Unisi FM, PT. Radio Prima Unisi Yogyakarta

Masduki, *Jurnalistik Radio Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*, Yogyakarta: LKiS, 2004

_____, *Menjadi Broadcaster Profesional*, Yogyakarta: LKiS, 2005

Morissan, Manajemen, *Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2009

Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, Bandung: Raja Grafindo Persada, 2007

Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999

_____, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Bandung: Mandar Maju 1990

Pawito, *Penelitian komunikasi kualitatif*, Yogyakarta: LKiS, 2007

Tommy Suprpto, *Berkarir dibidang broadcasting*, Yogyakarta: Media Pressindo, 2006

William L. Rivers. Jay W, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008

<http://rri-sejateng.com/semarang>

<http://sanoesi.wordpress.com/208/09/ekonomiislam-tugas-komphrensif-di/>

<http://ruangdosen.wordpress.com>

<http://www.p3ei.uii.ac.id/tentang-kami/apa-itu-p3ei/>

<http://bisnisukm.com/pentingnya-visi-dan-misi-perusahaan.html>