

**FORMAT ACARA RADIO SALMA FM KLATEN DALAM
MEMPERTAHANKAN PANGSA PENDENGAR**



**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial Islam**

Disusun Oleh :

**INDRI PUSPITA
NIM. 0321 0111**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2008**

Khoiro Ummatin, M. Si

Dosen Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Saudari **Indri Puspita**
Lamp : 4 Eksemplar

Kpd Yth.
Bapak Dekan Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : **Indri Puspita**
Nim : **03210111**
Jurusan : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**
Judul : **FORMAT ACARA RADIO SALMA FM KLATEN
DALAM MEMPERTAHANKAN PANGSA
PENDENGAR.**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar proses skripsi mahasiswa tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Demikianlah atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

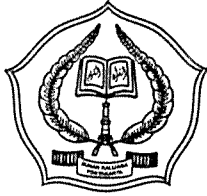
Yogyakarta, 11 Maret 2008

Dosen Pembimbing



Khoiro ummatin, M. Si

NIP : 150 282 647



DEPARTEMEN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto, Telpn (0274) 515856 Fax (0274) 552230
Yogyakarta 55221

PENGESAHAN

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 660/2008

Judul Skripsi:

**FORMAT ACARA RADIO SALMA FM KLATEN
DALAM MEMPERTAHANKAN PANGSA PENDENGAR**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Indri Puspita
NIM. 03210111

Telah dimunaqosyahkan pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 10 April 2008

Dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

SIDANG DEWAN MUNAQOSYAH

Ketua/Pembimbing

Khoiro Ummatin, S.Ag., M.Si.
NIP. 150282647

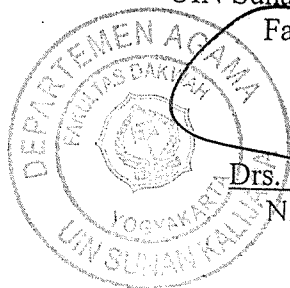
Sekretaris/Penguji I

Drs. Moh. Sahwan, M.Si.
NIP. 150260462

Penguji II

Khadiq, S.Ag., M.Hum
NIP. 150291024

Yogyakarta, 16 April 2008
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Dakwah
Dekan



Drs. H. Afri Rifai, MS
NIP. 150222293

MOTTO

“Sesungguhnya Allah SWT senang jika salah seorang diantara kamu mengerjakan suatu pekerjaan yang dilakukan secara profesional”¹

(H.R. Baihaqi)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹ Abdul Hamid Mursi, *SDM yang Produktif Pendekatan Al Qur'an dan Sains*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hlm. 14.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini penyusun persembahkan untuk:

Kedua orang tuaku tercinta "bapak dan emak" yang telah begitu banyak mencurahkan dan memberikan pengorbanan, kasih sayang serta doa. Ntah kapan semua ini dapat terbalaskan.

Kakak dan adikku tersayang yang telah banyak memberikan kasih sayang serta doa kalian mempermudah tugas ini.

Mas ali dan keluarga yang selama ini memberikan sport dan doa sehingga dapat menjadikan inspirasi semangatku.

Dan teruntuk Almamaterku UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta serta PT. Radio Salma FM Klaton

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على اشرف الانبياء
و المرسلين و على اله و صحبه اجمعين اما بعد.

Penulis mengucapkan rasa syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahNya, sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan dorongan kepada penulis baik itu yang berupa moril, materi maupun spirituil. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bpk. Drs. Afif Rifa'i, M.S. selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta staf-stafnya yang penuh bijaksana memberikan kesempatan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Khoiro Ummatin, M.Si. selaku pembimbing yang senantiasa penuh kesabaran mencurahkan waktu, tenaga serta pikirannya untuk membimbing dan memberikan petunjuk dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.

3. Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil. selaku Ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. PT. Radio Salma FM Klaten beserta seluruh karyawannya, yang telah banyak memberikan informasi kepada penulis selama mengadakan penelitian di lapangan.
5. Kepada bapak ibu dan kakak adikku serta keluarga besar yang telah banyak memberikan doa, perhatian dan kasih sayang dan dengan penuh sabar menanti studiku.
6. Keluarga om Rozaq, tante diah dan keponakanku rafie yang telah banyak memberikan banyak bantuan, terutama 'ngeprint'. Thank`s
7. Ana Sofiyatul Azizah yang telah banyak memberikan banyak bantuan sport serta doa, thank you for all.
8. Ahmad Makhali dan keluarga yang telah banyak memberikan motivasi, inspirasi serta doa.
9. Temen-temenku KPI angkatan 2003 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah ikut membantu baik moril maupun spirituil.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis baik moril, materil maupun spirituil

Atas segala jasa dan amal baik beliau-beliau ini, semoga mendapatkan balasan berlipat ganda dari Allah SWT, Amin.

Yogyakarta, 13 Maret 2008

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN NOTA DINAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. PENEGASAN JUDUL.....	1
B. LATAR BELAKANG MASALAH.....	2
C. RUMUSAN MASALAH.....	6
D. TUJUAN PENELITIAN.....	6
E. KEGUNAAN PENELITIAN.....	6
F. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
G. KERANGKA TEORITIK.....	8
1. Tinjauan Radio Sebagai Media Dakwah.....	8
a). Pengertian Radio.....	8
b). Kelebihan dan Kelemahan Radio.....	10
c). Tujuan Dakwah Melalui Radio.....	13
2. Tinjauan Format Siaran Radio.....	14
a). Pengemasan Format Acara Radio.....	17
b). Faktor-Faktor Pemilihan Format Acara Radio.....	20

3. Tinjauan Tentang Segmentasi Pendengar.....	21
4. Tinjauan Pendengar Radio.....	23
H. Metode Penelitian.....	25
1. Subyek dan Obyek Penelitian	26
a) Subyek Penelitian.....	26
b) Obyek Penelitian.....	26
2. Metode Pengumpulan Data.....	26
a). Metode Interview.....	26
b). Metode Observasi.....	27
c). Metode Dokumentasi.....	28
3. Teknik Analisis Data	28
BAB II GAMBARAN UMUM RADIO SALMA FM KLATEN	
A. Sejarah Berdirinya Radio Salma FM Klaten.....	29
B. Visi dan Misi Radio Salma FM Klaten.....	31
C. Struktur Organisasi Radio Salma FM.....	33
D. Format Siaran Radio Salma FM.....	37
E. Program Siaran Radio Salma FM.....	44
F. Target Pendengar Radio Salma FM.....	46
BAB III PEMBAHASAN	
A. Format Acara Radio Salma FM Klaten Dalam Mempertahankan PangsaPendengar.....	47

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	77
C. Kata Penutup.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. PENEGASAN JUDUL

Dalam memahami sebuah judul skripsi dibutuhkan kesamaan interpretasi antara penulis dengan pembaca. Persamaan interpretasi akan memudahkan pembaca memahami arah dan tujuan yang dimaksud oleh penulis. Untuk menghindari kesalah-pahaman dalam penafsiran, maka penulis merasa perlu untuk memberikan batasan arti dari beberapa istilah yang terdapat dalam judul ini, yaitu:

1. Format Acara

Format adalah bentuk dan ukuran.¹ Yang dimaksud dengan format dalam judul ini adalah suatu bentuk atau rupa yang mempunyai kaidah tertentu atau norma tertentu yang lazim digunakan oleh umum, yaitu Badan Penyiaran.²

Adapun format acara yang dimaksud dalam judul skripsi ini adalah bentuk acara siaran radio yang digunakan oleh Radio Salma FM Klaten dalam menyiarkan acara.

2. Radio Salma FM (Suara AL-Mabrur Bersinar)

Radio Salma (Suara AL-Mabrur Bersinar) adalah sebuah stasiun radio yang bekerja dalam gelombang 103,3 FM. Radio ini didirikan oleh

¹ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1988), hlm. 244.

² Darwanto Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi*, (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994), hlm. 2-3

Yayasan Jama'ah Haji Kabupaten Klaten sebagai media dakwah dan entertainment. Akan tetapi setelah mengalami perkembangan radio Salma FM sebagai Media Keluarga yang dikemas dalam gaya siaran Islam. Radio Salma bertempat di gedung Al Maburr lantai dua, kawasan Rumah Sakit Islam (RSI) jalan Klaten-Solo km 4, Klaten Utara, Jawa Tengah.

3. Pangsa Pendengar

Pangsa merupakan daerah pemasaran dan konsumen; pelapisan: salah satu taktik perusahaan untuk mempertahankan diri ialah dengan melakukan pemasaran,³ sedangkan pendengar adalah orang yang mendengar.⁴ Maksud pangsa pendengar dalam judul ini adalah daerah pemasaran pada pendengar Radio Salma FM Klaten dan sekitarnya.

Dari batasan-batasan istilah judul skripsi "FORMAT ACARA RADIO SALMA FM DALAM MEMPERTAHANKAN PANGSA PENDENGAR" di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa maksud dari judul skripsi ini adalah ingin mengetahui bagaimana bentuk acara siaran yang digunakan radio Salma FM Klaten dalam usaha mempertahankan pangsa pendengar.

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan stasiun penyiaran maupun industri cetak yang cukup besar, seiring dengan menguatnya era keterbukaan telah memberi kebebasan kepada penyelenggara siaran radio untuk berekspresi di dalam membuat acara.

³ Depdikbud, *OpCit*, hlm. 645.

⁴ *Ibid*, hlm. 196.

Akibat dari itu penyiaran radio ikut pula mengalami perubahan yang cukup mendasar dalam mencari format siaran yang sesuai dengan paradigma kebebasan, serta globalisasi komunikasi dan informasi pada era sekarang ini. Radio siaran memiliki jangkauan selektif terhadap segmen pasar tertentu dengan jangkauan luas. Tak heran media ini berkembang cepat di semua Negara yang sedang membangun sub sistem komunikasi sosial. Media radio sebagai suatu bentuk media massa akan berhadapan dengan sejumlah media alternatif yang lebih variatif. Dalam kondisi ini pengelola media massa akan sering berebut peran dan pengaruhnya, dan disamping mempertahankan eksistensi dan meraih pangsa pendengar. Fenomena ini menggambarkan semakin serunya persaingan antar media dalam memenuhi kebutuhan manusia yang semakin beragam.

Media radio merupakan salah satu media elektronik yang hingga saat ini masih dimanfaatkan masyarakat. Sifatnya yang auditif sepintas dengar dan praktis, telah menjadikan medium ini tidak ditinggalkan pendengar. Meskipun dengan sifatnya praktis, radio dihadapkan pada fenomena kompetisi yang ketat hingga bermunculan stasiun radio baru yang menampilkan ciri khasnya sendiri. Hal ini mengakibatkan adanya persaingan antar radio dalam merebutkan pangsa pendengar. Situasi persaingan akan terasa lebih ketat oleh radio-radio yang belum mempunyai afisitas yang kuat dengan khalayak pendengarnya.⁵ Berkaitan dengan peran radio untuk menarik dan merangkul pendengar, maka sebuah stasiun harus mempunyai program acara yang

⁵ Djuarsa Sandaya Sasa, *Radio Network Raker Penyempurnaan Pola Dasar Pendidikan dan Latihan Andhok Bidang Litbang* (Jakarta: PRSSM, 1992) hlm. 3.

digemari khalayak. Dengan berbagai sajian acara yang menarik dan berkualitas sesuai dengan kebutuhan dan kegunaan serta sesuai dengan etika, norma dan tata nilai yang berlaku, maka khalayak akan tertarik dan pada gilirannya ia akan setia pada saluran stasiun radio tersebut. Program acara pada siaran radio yang disajikan harus berorientasi pada selera khalayak, sebab khalayak merupakan konsumen komoditi siaran yang akan menentukan keberlangsungan siaran radio. Banyak yang berhasil tetapi tidak sedikit pula yang ditinggalkan oleh pendengarnya. Strategi yang harus dilakukan agar tetap eksis salah satunya adalah dengan menerapkan format acara radio masing-masing. Format stasiun merupakan kartu identitas diri stasiun penyiaran serta merupakan salah satu stasiun radio untuk dapat eksis.

Bagi stasiun radio, pendengar adalah segala-galanya dengan kata lain sebuah radio tanpa pendengar tidaklah mempunyai arti.⁶ Program acara radio merupakan salah satu faktor pendukung keberhasilan radio dalam meraih pangsa pendengar. Hal ini ditandai dengan semakin gencarnya stasiun radio dalam mengemas acara yang akan disiarkan. Khalayak akan *staytune* pada gelombang radionya, karena program acara disuguhkan menarik untuk disimak. Program acara radio harus sesuai dengan segmen khalayak karena merupakan komoditi yang harus dipertahankan keberadaannya. Pendekatan segmentasi mulai diterapkan, setiap stasiun penyiaran mempunyai target audiens yang berbeda sehingga program-program acaranya harus didesain sedemikian rupa sesuai keinginan, dan target audiensnya.

⁶ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: LKIS, 2004), hlm. 18.

Al-qur'an menjelaskan bahwa pengemban risalah agama dari kalangan Nabi dan Rosul sepanjang sejarah adalah orang-orang yang berkarya, salah satunya dengan mengemban misi suci (risalah agama).

Radio Salma FM merupakan radio dakwah dan intertainment pertama yang berdiri di daerah Klaten. Banyak yang beranggapan bahwa radio dakwah akan sulit menjadi sebuah radio komersil, dimana radio dakwah lebih dianggap sebagai radio komunitas saja. Akan tetapi radio Salma FM berusaha mengubah anggapan bahwa radio dakwah juga bisa berubah menjadi radio komersil dan bisa bersaing dengan radio yang lainya. Hal ini terbukti bahwa radio Salma FM termasuk salah satu pemasok iklan terbesar dibanding radio-radio lain di daerah Klaten. Setelah mengalami perkembangan kini radio Salma FM mampu menjadi radio komersil yang siap bersaing dengan radio-radio yang lain. Meskipun sebagai radio dakwah akan tetapi kini lebih difokuskan sebagai radio keluarga dengan kemasan Islam atau dengan menggunakan gaya siaran Islam.⁷ Radio Salma FM hingga saat ini masih memperhatikan pengembangan dakwah Islam di daerah Klaten. Hal ini tercermin dalam slogannya "The Real Moslem Stasion" hingga mengalami perubahan menjadi "Media Ukhuwah Kita" dengan disiarkannya acara-acara yang sebagian besar bernuansakan Islam. Untuk mempertahankan pangsa pendengar dalam persaingan yang begitu ketat, maka dibutuhkan pembaharuan serta melakukan inovasi-inovasi hingga menentukan warna dan karakteristik penyiaran dengan tidak lepas dari visi dan misinya sebagai sarana

⁷ Wawancara dengan Josse Iwan Hidayat (Program dan Music Director) tanggal 2 february 2008.

informasi, hiburan, dan pendidikan bagi kemajuan pembangunan. Sebagai salah satu radio yang bernuansakan Islami, radio Salma masih mempunyai khalayak yang sampai saat ini masih eksis dalam menghadapi persaingan radio di daerah Kabupaten Klaten, untuk itu penulis tertarik mengadakan penelitian tentang format acara yang digunakan oleh radio Salma FM dalam usaha mempertahankan pangsa pendengar.

C. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan di sini adalah bagaimana format acara Radio Salma FM Klaten dalam mempertahankan pangsa pendengar?

D. TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui bagaimana format acara Radio Salma FM Klaten dalam mempertahankan pangsa pendengar

E. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Secara teoritis sebagai salah satu khasanah pengembangan ilmu dan pengembangan komunikasi massa, khususnya dalam bidang radio siaran.
2. Secara praktis, sebagai bahan informasi yang berguna bagi para pengelola yang berkepentingan langsung dengan radio siaran.

F. TINJAUAN PUSTAKA

Untuk menghindari terjadinya kesamaan penelitian penulis dengan penelitian-penelitian sebelumnya, maka perlu adanya penelusuran skripsi-skripsi terdahulu. Berikut adalah beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

Skripsi yang pertama berjudul Format Acara Penyiaran Agama Islam di TVRI Yogyakarta yang dilakukan oleh Abdullah Khomis pada tahun 2000. Dalam skripsi ini Khomis membahas tentang format acara yang digunakan oleh TVRI didalam menyiarkan acara agama Islam adalah format talk show dan spot, dimana format talk show terdiri dari gema ramadhan interaktif yang disajikan selama bulan ramadhan disiarkan secara langsung dan lentera Islami hanya satu kali. Sedang format spot hanya menyiarkan acara penyiaran agama Islam yaitu adzan magrib wilayah DIY dan sekitarnya.⁸

Skripsi yang kedua dengan judul Format Acara Penyiaran Agama Islam di Radio Kota Perak Yogyakarta, penelitian dilakukan oleh Ahmad Naufal pada tahun 2007. Penelitian ini membahas tentang format acara yang digunakan radio Kota Perak serta alasan yang melatarbelakangi pemilihan penyiaran agama Islam adalah format talk show dan spot, dimana format talk show terdiri dari dialog interaktif dan info-info TPA. Dialog interaktif disajikan setiap hari sedang info-info TPA disiarkan pada hari Selasa, Rabu dan Kamis. Sedangkan format spot ada tiga yaitu adzan, spot Hadist dan pembacaan ayat suci Al Quran. Alasan yang melatarbelakangi pemilihan

⁸ Abdullah Khomis, "Format Acara Penyiaran Agama Islam di TVRI Yogyakarta", *skripsi* (Yogyakarta: t.t. IAIN, 2000)

format acara adalah jumlah pendengar potensial, adanya radio pesaing, kemampuan stasiun penyiaran radio yang bersangkutan untuk mendukung jenis format yang dipilihnya dan misi yang diemban oleh radio.⁹

Jika kedua peneliti tersebut lebih memfokuskan pada pemilihan format acara penyiaran agama Islam tapi dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada persoalan mengklasifikasikan format acara berdasarkan bahan siaran, tujuan dan jenis acara guna mempertahankan pangsa pendengar.

G. KERANGKA TEORITIK

1. Tinjauan Radio Sebagai Media Dakwah

a. Pengertian Radio

Radio sebagai media komunikasi massa pada saat ini begitu banyak bermunculan sehingga persaingan antar radio begitu ketat. Disisi lain, radio mempunyai ciri khas dalam penyampaian informasi pada khalayak, akan menjadikannya sebagai media yang ampuh dalam kegiatan pembangunan.

Semua media massa mempunyai fungsi yang sama sebagai alat yang mendidik (fungsi edukatif) artinya pesan yang disampaikan dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan moral seseorang. Sebagai alat informasi (fungsi informatif) isinya berupa informasi agar khalayak dapat mengetahui dan memahami sesuatu. Sebagai alat menghibur (fungsi entertainment) artinya melalui isinya

⁹ Ahmad Naufal, "Format Acara Penyiaran Agama Islam di Radio Kota Perak Yogyakarta", *skripsi*, (Yogyakarta: t.t. Fakultas Dakwah, UIN, 2007), hlm. 72.

seseorang dapat terhibur, menyenangkan hatinya, memenuhi hobinya, dan mengisi waktu luangnya.¹⁰

Radio adalah media yang tetap, tetapi dapat menstimulasi sehingga suaranya terdengar dari pengeras suara, pendengar berusaha memvisualisasikan apa yang didengarnya dan menciptakan bayangan sendiri sebagai pemilik suara.¹¹ Dalam penyampaian pesan atau informasi kepada masyarakat radio menggunakan sebuah lambang yaitu lambang yang bersifat auditif, dan terbatas pada rangkaian bunyi atau suara yang hanya dapat ditangkap oleh indera pendengaran. Karenanya radio tidak menuntut khalayaknya untuk memiliki kemampuan membaca, tidak menuntut kemampuan melihat melainkan menuntut kemampuan mendengar.

Persaingan menjadi hal yang sangat menantang bagi sebuah media massa karena ia tidak hanya bersaing dengan media sejenis tetapi juga dengan jenis media yang lain. Memang pada saat ini dapat dikatakan radio banyak bersaing dengan televisi dalam menarik sasaran untuk program-programnya, karena untuk sebagian orang televisi dirasa lebih menarik karena ia hadir secara audio visual.

Radio tetap bertahan sampai sekarang, bahkan jumlah stasiun radio dapat dikatakan lebih banyak daripada jumlah stasiun televisi. Hal ini disebabkan diantara media elektronik sendiri menghadapi tingkat kompetisi yang dihadapi dengan kompetitor lain.

¹⁰ Moeryanto Ginting Munthe, *Media Komunikasi Radio*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), hlm. 11

¹¹ Masduki, *Jurnalistik Radio*, (Yogyakarta: Erlangga, 2001), hlm. 9.

Misalnya kompetisi dalam meraih pendengar stasiun radio berbeda dengan persaingan untuk meraih penonton televisi, dan sifat radio yang akrab dan personal seperti CD dari pada televisi.

b. Kelebihan dan Kelemahan Radio

Bertahannya radio sebagai media massa yang juga menghadapi persaingan dengan media massa yang lain dalam memperebutkan audiens tidak lepas dari radio sendiri yang memiliki karakteristik khusus yang berbeda dengan media massa lain. Radio mempunyai sifat-sifat yang khas yang dapat menjadikannya sebagai suatu kekuatan yang dimiliki. Kelebihan media radio adalah kenyataan bahwa ia sebagai media massa yang “*half ears media*” yang artinya bahwa untuk mendengarkan media radio bisa dilakukan sambil beraktifitas. Radio bisa dijadikan sebagai teman setia disebabkan kehadirannya yang lebih personal sehingga ia menjadi medium yang efektif dalam memberikan kontak-kontak antara penyiar dan pendengar. Ada beberapa karakteristik yang menjelaskan kelebihan radio di banding media lain.¹²

1) Murah

Bagi audiens, radio bukan merupakan barang mewah yang mahal dan sulit untuk dimiliki. Pemasang iklan di radio, biaya sewa atau memasang iklan di radio relatif murah dibanding dengan media lain.

¹² Jefkin Frank, *Periklanan*, (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 101.

2) Ketajaman penetrasi

Sinyal yang kuat menyebabkan radio dapat mencapai pendengar yang lebih banyak pada jarak yang jauh dalam wilayah yang sangat luas. Radio merupakan sarana yang handal untuk menjangkau khalayak yang mungkin tidak mempunyai akses ke media lain. Selain itu radio mampu merangkul khalayak yang buta aksara.

3) Waktu transmisi tidak terbatas

Program-program acara yang ada di radio biasanya disiarkan sepanjang hari dan bahkan sepanjang malam sehingga memberikan keleluasaan pengiklan dalam memilih waktu tayang iklan.

4) Suara manusia dan musik

Adanya efek suara vokal maupun musikal memberikan kesan iklan lebih hidup dan aktif.

5) Tidak memerlukan perhatian terfokus

Penyimak acara radio tidak memerlukan perhatian tunggal seperti bila kita membaca surat kabar ataupun menonton televisi.

6) Teman setia

Banyak orang mendengarkan radio untuk mengusir rasa sepi dan menimbulkan kesan bahwa disampingnya ada sahabat setia. Hal ini disebabkan kehadiran radio lebih personal sehingga

terasa adanya hubungan yang akrab antara penyiar dengan pendengar.

Sementara itu Keneth Roman menyebutkan keunggulan radio.¹³

- 1) Kemampuan untuk mengembangkan imajinasi dengan bantuan audio.
- 2) Kemampuan selektivitas dalam memilih program atau segmen khalayak.
- 3) Fleksibilitas artinya sangat mudah untuk dibawa pergi dan menjadi teman diberbagai kesempatan dan suasana.
- 4) Sifatnya sangat personal, ia menjadi media yang sangat selektif dalam memberi kontak-kontak antar pribadi yang diliputi oleh sifat kehangatan, keakraban dan kejujuran.

Selain memiliki keunggulan, radio juga memiliki kelemahan.¹⁴

- 1) Hanya bunyi, tidak ada visualisasi yang tampak nyata.
- 2) Tergantung pada kondisi dan stabilitas udara di suatu lokasi.
- 3) Tidak bisa mengirim informasi dan pesan secara mendetail.
- 4) Terdengar sepintas, sulit diingat, dan tidak bisa diulangi. Hanya bisa didengar, tidak bisa didokumentasikan.

c. Tujuan Dakwah Melalui Radio

Mengingat pentingnya dakwah Islam, maka orang Islam mempunyai kewajiban untuk melaksanakan dakwah. Oleh karena itu pentinglah untuk mengetahui dasar dan hukum penyiaran dakwah

¹³ Ishadi, *Dunia Penyiaran Prospek dan Tantangan*, (Jakarta: Gramedia, 1999), hlm. 141.

¹⁴ Masduki, *Op. Cit.*, hlm. 17.

Islam terdahulu. Hal ini tercantum dalam QS An Nahl :125 yang berbunyi; “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”

Tujuan dakwah dalam arti luas adalah menegakkan ajaran Islam kepada setiap insan bagi individu maupun masyarakat sehingga ajakan tersebut mampu mendorong suatu persatuan yang sesuai dengan ajakan tersebut.¹⁵ Dalam upaya mewujudkan tujuan dakwah, diperlukan beberapa unsur dakwah yang bisa mendukung dan mencapai tujuan tersebut. Salah satunya adalah penggunaan sarana yang dapat digunakan untuk berekspeksi dan berkomunikasi yang memadai dalam upaya menyampaikan pesan. Dengan ditemukan hasil budaya manusia mampu memunculkan media radio sebagai sarana penyampaian pesan dakwah yang sanggup menyampaikan pesan dakwah dalam menyampaikan pesannya secara cepat, serentak dan menjangkau tempat yang luas.

Dengan demikian secara garis besar tujuan dakwah itu meliputi tujuan yang bersifat umum. Tujuan dakwah yaitu mengajak seluruh umat manusia baik orang muslim maupun orang kafir kepada jalan Allah. Sedang tujuan khusus dari dakwah yaitu mengajak manusia

¹⁵ Toto Aswara, *Komunikasi Dakwah*, (jakarta: Gaya Media Pratama, 1987), hlm. 47.

yang sudah beriman untuk meningkatkan taqwannya kepada Allah SWT. Pesan dakwah yang disampaikan melalui media radio akan mencapai tujuan sesuai dengan dakwah, bilamana pendengar memiliki sejumlah pengetahuan, berfikir dan bertindak sesuai dengan ajaran Islam.

2. Tinjauan Format Sebagai Identitas Radio

Format adalah bentuk atau rupa yang mempunyai kaidah tertentu atau norma tertentu dan yang lazim dipergunakan oleh umum, dimana pengertian umum disini ialah Badan Penyiaran.

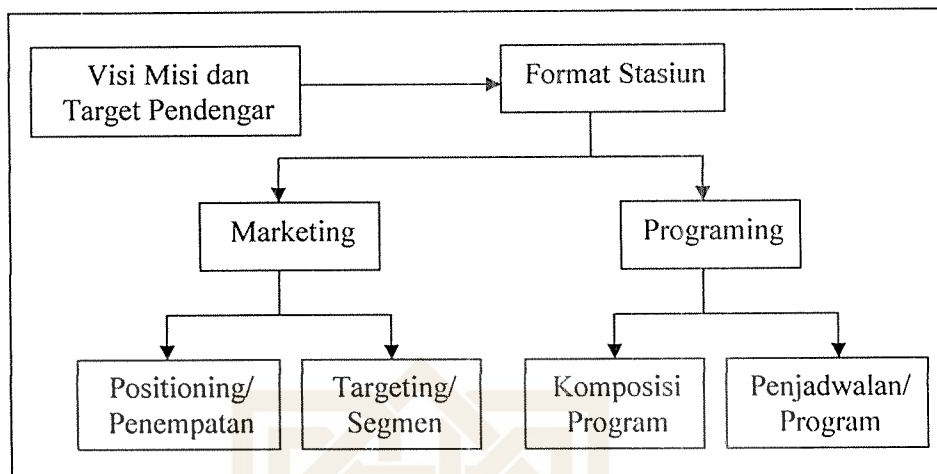
“Khalayak sasaran (target audiens) merupakan salah satu faktor utama yang perlu diperhatikan dalam menentukan format stasiun. Khalayak bukan merupakan sekumpulan individu yang bersikap dan bertindak pasif tetapi mereka yang memberikan respon langsung. Karena itu dalam merancang strategi program siaran sangat berorientasi pada khalayak sasaran”.¹⁶

Keadaan tersebut menuntut para pengelola siaran agar berusaha mengemas setiap mata acara dengan menyajikan sajian acara yang dinamis, variatif dan kreatif sesuai dengan segmen pendengar, maka dibutuhkan sebuah format yang cocok yang mana seluruh programnya ditujukan secara khusus untuk melayani lapisan masyarakat.

Tujuan penentuan format adalah untuk memenuhi sasaran khalayak secara spesifik dan untuk kesiapan berkompetisi dengan radio lain di suatu lokasi siaran.

¹⁶ Antonius Darmanto, *Teknik Penyusunan Program Siaran Radio*, (Yogyakarta: RRI, 2000), hlm. 5

Gambar 1. Rumusan Format Radio



Sumber: Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, 2004, hlm. 36.

Untuk sebuah radio baru amat penting menentukan format sebelum memulai aktifitas siaran. Dari bagan di atas, proses penentuan format dimulai dari penentuan visi dan misi yang ingin dicapai, pemahaman tentang pendengar yang dituju melalui riset ilmiah untuk mengetahui apa kebutuhan dan bagaimana perilaku sosiologis-psikologis mereka.

a. Pengemasan Format Acara Radio.

Langkah-langkah dalam mengemas acara radio yaitu meliputi penentuan format. Macam-macam format.¹⁷

1) Format Stasiun (Siaran)

Format stasiun didefinisikan sebagai formulasi seluruh aktifitas siaran dalam kerangka pelayanan pendengar.¹⁸ Format stasiun diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa, dan bagaimana sebuah olah siar di stasiun radio

¹⁷ Antonius Darmanto, *Teknik Penulisan Naskah Siaran Radio*, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 1998), hlm. 45.

¹⁸ Masduki, *Op. Cit.*, hlm. 36.

hingga sebuah acara dikomunikasikan kepada pendengar. Format stasiun lebih dari sekedar musik, ia melingkupi produksi siaran, personalitas siaran, dan program siaran.

Macam- macam format stasiun antara lain;

- a) *Middle of the road* (MOR), siaran musik yang populer adalah lagu-lagu favorit atau pop dan uniknya adalah menyajikan informasi di tengah-tengah sajian musik.
- b) *Top 40*, yaitu radio tersebut hanya menyajikan lagu-lagu yang terlaris dan top saat ini. Memutar 20-30 lagu baru tiap harinya.
- c) *Easy Listening*. Yang diputar adalah lagu-lagu yang sudah disortir yang disukai pendengar dalam upaya untuk menarik pendengar yang muda.
- d) *Religious*, stasiun radio yang hanya memutar lagu-lagu bernuansakan religi.
- e) *Adult contemporary*, biasanya digunakan pada radio dengan target audiens wanita.

2). Format acara (Program)

Format acara adalah rancang bangun penyajian sebuah program acara siaran berdasarkan pendekatan isi materinya.¹⁹ Titik berat dari format acara adalah bagaimana suatu materi hendak diangkat ke dalam bentuk acara siaran radio. Acara radio merupakan suatu produk yang dihasilkan dari kegiatan produksi

¹⁹ Antonius Darmanto, *Op. Cit.*, hlm. 46.

sebuah stasiun radio. Dari acara-acara yang diproduksi dapat digolongkan berdasarkan bahan siaran, tujuan dan jenis acara.

a) Penggolongan Berdasarkan Bahan Siaran.²⁰

(1) Bahan Siaran Kata

Yang dimaksud bahan siaran kata ialah siaran yang pokok isinya dilukiskan dengan kata-kata. Bahan yang termasuk siaran kata terdiri dari: *news feature, drama, talk show, special event, discussions.*

(2) Bahan Siaran Seni Suara

Bahan siaran seni suara merupakan segala bentuk kesenian yang pokok isinya dilukiskan dengan musik yang termasuk dalam bahan siaran seni suara yaitu *serious music, light music* dan *dance music.*

b) Penggolongan Berdasarkan Tujuan Acara.

(1) Acara Informasi (*News and Information*)

Acara ini merupakan siaran informasi atau berita mengenai hal-hal yang terjadi di lingkungan sekitar.

(2) Acara Hiburan (*Entertainment*)

Acara ini merupakan siaran hiburan yang berfungsi sebagai penyeimbang bagi bentuk siaran lainnya dan digunakan untuk menghibur pendengar.

²⁰ Onong Uchana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Mandiri Maju, 1990), hlm. 114.

(3) Acara Pendidikan (*Education*)

Siaran pendidikan merupakan informasi yang digunakan sebagai petunjuk praktis bagi pendengar atau informasi yang dapat dipakai untuk memperbaiki atau meningkatkan posisinya dalam kehidupan.

c) Penggolongan Berdasarkan Jenis Acara

Jenis acara dapat dimasukkan sesuai dengan tujuan acaranya, sehingga dari penggolongan berdasarkan jenis acara dapat pula dimasukkan dalam tujuan acara. Adapun penggolongannya dapat dibagi menjadi 3 (tiga) yaitu:

(1) Acara Informasi

Dalam acara informasi, jenis acaranya yaitu: tips, dokumenter, reportase, berita dan pelayanan masyarakat.

(2) Acara Hiburan

Dalam acara informasi, jenis programnya antara lain: musik Indonesia, musik daerah, musik asing dan hiburan lain.

(3) Acara Pendidikan

Dalam acara pendidikan, jenis programnya yaitu: acara kanak-kanak, pengetahuan umum, acara remaja, agama dan wanita.²¹

²¹ Ibid.

Acara radio sangat banyak dan beragam kemasannya, antara lain:²²

a) Berita radio

Didefinisikan sebagai sajian fakta berupa peristiwa atau pendapat penting yang menarik bagi banyak pendengar.

b) Iklan radio

Yaitu iklan komersil dengan fokus isi produk tertentu. Dan iklan layanan sosial dengan fokus isi pesan layanan komunikasi sosial.

c) Jingle radio

Diartikan sebagai gabungan musik dan kata yang mengidentifikasikan keberadaan sebuah stasiun radio. Ada tiga jenis jingle, yaitu jingle untuk (*radio expose*) stasiun radio, jingle untuk acara radio (*programe expose*) dan jingle untuk penyiar radio (*announcer expose*)

d) Talkshow

Pada dasarnya adalah kombinasi acara “seni berbicara dan seni wawancara” yang didefinisikan sebagai keterampilan menyajikan perbincangan bertopik serius.

e) Infotainment radio

Artinya suatu komunikasi sajian siaran informasi dan hiburan atau sajian informasi yang bersifat menghibur.

²² Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, hlm. 69-88

3). Format produksi.

Format produksi adalah rancang bangun suatu acara program siaran menurut pendekatan teknik penyajiannya kedalam bahasa audio, jadi yang ditekankan adalah pada proses produksinya.

Tahapan-tahapan produksi dalam program radio, yaitu:²³

a) Pra produksi

Tahap ini merupakan tahap perencanaan dan persiapan produksi, yang meliputi:

- (1) Penciptaan ide.
- (2) Rapat produksi.
- (3) Pembuatan format dan desain program.
- (4) Persiapan dan pemilihan penyiaran dan nara sumber.
- (5) Persiapan anggaran dan peralatan yang dibutuhkan.

b) Produksi, kegiatan mengubah konsep atau naskah menjadi bentuk audio yang siap untuk diproduksi dengan menggunakan peralatan produksi.

c) Pasca produksi, merupakan langkah terakhir di tahapan produksi yang berupa evaluasi program.

b. Faktor-faktor Format Acara Siaran Radio

Pemilihan dan penyusunan perencanaan sebuah format radio harus memperhatikan berbagai macam faktor dan kondisi yang

²³ Wahyudi JB, *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio dan Televisi*, (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1996), Hal. 30.

relevan. Aspek-aspek yang harus diperhatikan dalam pemilihan format acara radio.²⁴

- 1) Jumlah pendengar potensial.
- 2) Adanya radio pesaing.
- 3) Kemampuan stasiun penyiaran radio yang bersangkutan untuk mendukung jenis format yang dipilihnya.
- 4) Misi yang diemban oleh radio.

Adapun kriteria acara yang menarik perhatian pendengar, ketertarikan pendengar pada acara siaran dapat terjadi jika elemen-elemen berikut terdapat pada acara tersebut, antara lain:

- 1) Program yang diproduksi berdampak bagi kehidupan
- 2) Program tersebut dapat menimbulkan semangat.
- 3) Harus dapat dipahami pendengar.
- 4) Menghindari sesuatu yang abstrak.
- 5) Menyajikan unsur keanekaragaman.²⁵

3. Tinjauan Tentang Segmentasi Pendengar

Radio siaran dalam menciptakan identitasnya, ditentukan oleh format yang dipilihnya. Dalam menentukan format ini, pengelola harus melakukan analisis cermat mengenai tingkat kompetisi pasar dan khalayak yang diinginkan.

²⁴ Budi Sayoga, “*Modul Program Siaran Radio*”, *Skripsi* (Yogyakarta: Fakultas FISIP UGM, 2005), hlm. 48.

²⁵ Howarg Gough, “*Program Acara*”, (Surabaya: AIBD, 1999), hlm. 12.

a Segmentasi

Segmentasi adalah pemilihan khalayak potensial berdasarkan segmen-segmen tertentu sebagai upaya untuk membantu pemograman agar mengetahui kebutuhan-kebutuhan pendengar, sehingga stasiun radio dapat mengeksplorasi kreativitas, membuat program menarik

Segmentasi bisa dilakukan melalui:

- 1) Mengidentifikasi target pendengar berdasarkan aspek geografis berdasarkan wilayah, tempat dan iklim.
- 2) Mengidentifikasi target pendengar berdasarkan demografis berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, sirkulasi hidup, suku.
- 3) Mengidentifikasi target pendengar berdasarkan psikografis, berupa sikap dan kegemaran spesifik khalayak seperti gaya hidup, nilai yang dianut, kepribadian.
- 4) Mengidentifikasi target pendengar berdasarkan aspek behavioristik yang diklasifikasikan berdasarkan perilaku, sikap, penggunaan media.
- 5) Mengidentifikasi target pendengar berdasarkan aspek sosialkultural, yang diklasifikasikan berdasarkan budaya, yang dianut.

Meskipun pada prakteknya kelima kategori segmentasi ini biasanya hanya tiga kategori yaitu: usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi.

b Targeting

Adalah proses menyeleksi, memilih dan menjangkau potensi pendengar melalui program siaran yang tepat atau pemilihan khalayak pendengar yang menjadi sasaran.

c Positioning

Adalah sesuatu hal yang cukup penting dan utama untuk diperhatikan, sebab berkaitan dengan keberhasilan dalam mengkomunikasikan kepada konsumen. Positioning juga berkaitan dengan bagaimana cara kita melakukan komunikasi agar dalam benak konsumen tertanam suatu citra tertentu. Dalam pengertian ini bagaimana menpositioningkan citra radio, slogan dan image.

d Formating

Adalah penetapan format siaran yang sekaligus menjadi identitas yang merupakan image untuk membedakan dengan radio siaran lain

e Programing.

Adalah penyusunan acara siaran radio untuk disiarkan. Programing sangat dibutuhkan dalam mengemas acara agar dapat menarik perhatian pendengar dan juga pengiklan.

3. Identifikasi Pendengar Radio.

Pendengar atau audiens diartikan sebagai kumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar dan pemirsa berbagai media

atau komponen isinya.²⁶ Bagi stasiun radio, pendengar adalah segala-galanya dengan kata lain sebuah stasiun radio tanpa pendengar tidaklah mempunyai arti.²⁷ Pendengar merupakan orang-orang yang loyal dan sangat bersahabat, tetapi jika sebuah radio ini tidak memuaskan pendengarnya, maka mereka akan segera mematikan gelombang tersebut. sehingga akan pindah ke gelombang radio yang lainnya.

Menurut skala partisipasi terhadap acara siaran, ada empat tipologi pendengar, yaitu.²⁸

- 1) Pendengar spontan, yaitu bersifat kebetulan. Tidak berencana mendengarkan siaran radio atau acara tertentu. Perhatian mudah beralih keaktifitas lain.
- 2) Pendengar pasif, yaitu suka mendengarkan siaran radio untuk mengisi waktu luang dan menghibur diri, menjadikan radio sebagai teman biasa.
- 3) Pendengar selektif, yaitu mendengarkan siaran radio pada jam atau acara tertentu saja, fanatik pada sebuah acara tertentu, menyediakan waktu khusus untuk mendengarkannya.
- 4) Pendengar aktif, yaitu secara regular tak terbatas mendengarkan siaran radio, apapun, dimanapun, dan aktif

201. ²⁶ Denis MC Quail, "*Teori Komunikasi Massa*", (Jakarta : Erlangga, 1987), hlm.

²⁷ Masduki, *Op. Cit.*, hlm. 18.

²⁸ *Ibid.*, hlm. 19.

berinteraksi melalui telepon. Radio menjadi sahabat utama, tidak hanya pada waktu luang.

Dari sudut pandang radio sebagai media komersial, pendengar adalah konsumen produk siaran. Pendengar mengkonsumsi sebuah produk siaran berdasarkan ketersediaan waktu dan akses yang mudah terhadap siaran radio.

H. METODE PENELITIAN

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor, metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.²⁹ Penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan ditempat terjadinya gejala-gejala.³⁰

Adapun penelitian ini ingin mengungkap bagaimana format acara radio Salma FM Klaten dalam usaha mempertahankan pangsa pendengar.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

²⁹ Lexy J Moloeg, "*Metode Penelitian Kualitatif*", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998), hlm. 3.

³⁰ Sutrisno Hadi, "*Metodologi Research*", (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1980), hlm. 136.

1. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek Penelitian

Secara teoritis yang dimaksud dengan subyek penelitian adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi yang dapat memberikan data yang sesuai dengan masalah yang diteliti.³¹

Adapun yang menjadi subyek penelitian ini adalah:

Kepala Bidang Pelaksana atau Program dan Music Director merupakan orang yang bertanggung jawab kepada stasiun sound serta mengawasi materi program yang disiarkan. Yaitu dengan saudara Josse Iwan Hidayat.

Dengan demikian yang menjadi subyek penelitian ini adalah Program dan Music Director Radio Salma FM Klaten.

b. Objek Penelitian

Sebagai objek dari penelitian ini adalah format acara pada radio Salma FM Klaten dalam usaha mempertahankan pangsa pendengar.

2. Metode Pengumpulan Data.

Untuk memperoleh data yang diharapkan dari penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut.

a). Metode Interview

Adalah suatu bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari

³¹ Tatang Amirin, "Menyusun Rencana Penelitian", (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1988), hlm. 7.

seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.³² Dalam hal ini penulis mengadakan wawancara dengan sumber data utama dengan mengacu pada pedoman yang telah penulis buat.

Dalam teknis pelaksanaannya menggunakan interview bebas terpimpin, yaitu mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkenaan dengan pengemasan format acara dalam usaha mempertahankan pangsa pendengar dimana telah dipersiapkan sebelumnya, akan tetapi cara penyampaian pertanyaan tersebut dilangsungkan secara bebas, dengan demikian sekalipun pewawancara telah terikat oleh pedoman wawancara namun pelaksanaannya dapat berangsur dengan suasana tidak terlalu formal dan yang menjadi informan adalah Program dan Music Director (PD).

b). Metode Observasi.

Observasi adalah suatu pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena yang diselidiki.³³ Metode yang digunakan adalah partisipan, dimana observer ikut mengambil bagian dalam kegiatan yang sedang diobservasi.

Teknik ini banyak penulis gunakan untuk mengetahui gambaran umum radio Salma FM Klaten meliputi; letak

³²Deddy Mulyana, "*Metodologi Penelitian Kualitatif*", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 180.

³³ Sutrisno Hadi, *Op. Cit.*, hlm. 136

geografis, sejarah berdirinya dan visi missinya, format acara siarannya, target pendengar, mekanisme siaran.

c). Metode Dokumentasi.

Metode dokumentasi merupakan cara untuk menjelaskan dan menguraikan apa-apa yang telah lalu melalui sumber-sumber dokumen.³⁴ Metode dokumentasi ini dipergunakan untuk menyempurnakan data yang diperoleh dari metode interview dan metode observasi yang berkaitan dengan format siaran acara di Radio Salma FM Klaten, seperti naskah format acara.

3. Teknik Analisis Data.

Setelah data penelitian terkumpul, selanjutnya peneliti melakukan analisis terhadap data yang didapatkan. Analisis itu sendiri berarti menguraikan atau memisah-misahkan, maka menganalisis berarti menguraikan data atau menjelaskan data.³⁵

Penelitian ini berifat deskriptif, datanya berupa data kualitatif, sehingga dianalisa dengan teknik deskriptif kualitatif. Tujuan analisis adalah menyederhanakan data ke dalam bentuk yang mudah dipahami dan dimengerti sebagaimana data-data yang diberikan oleh informan yang belum terbentuk kalimat, kemudian disusun menjadi kalimat yang sederhana dan mudah dimengerti.

³⁴Winarno Surahmad, "*Pengantar Penelitian Metode Dasar Dan Teknik*", (Bandung: Tarsito, 1982), hlm. 34

³⁵Dudung Abdurrahman, "*Pengantar Metode Penelitian*", (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2001), hlm. 34.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah keseluruhan data telah diidentifikasi, dikategorisasikan serta dianalisa maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Format Acara Radio Salma FM digolongkan menjadi tiga macam:
 - a) Penggolongan Berdasarkan Bahan Siaran Program Acara, meliputi:
 - 1) Bahan Siaran Kata merupakan segala bahan siaran yang pokok isinya dilukiskan dengan kata-kata. Adapun yang termasuk bahan siaran kata terdiri dari *news feature* dan *talk show*.
 - 2) Bahan Siaran Seni Suara merupakan bentuk kesenian yang pokok isinya dilukiskan dengan musik, adapun bahan siaran seni suara terdiri dari *Middle of The Road (MOR)* dan *Religious*.
 - b) Penggolongan Berdasarkan Tujuan dan Jenis Program, meliputi:
 - 1) Acara Informasi merupakan informasi mengenai hal-hal yang terjadi di daerah Klaten dan sekitarnya, terdiri dari acara berita radio dan acara talk show
 - 2) Acara Hiburan merupakan acara yang berfungsi sebagai penyeimbang bagi bentuk acara siaran yang lainnya dan juga digunakan untuk menghibur para pendengarnya, salah satunya dengan acara musik Indonesia, musik daerah, musik mancanegara, musik religi.

- 3) Acara Pendidikan merupakan informasi yang dapat digunakan sebagai petunjuk praktis bagi pendengar atau informasi yang dapat dipakai untuk memperbaiki atau meningkatkan posisinya dalam kehidupan, antara lain: acara kanak-kanak, acara umum, acara remaja, acara keagamaan dan acara wanita.
- 4) Acara Khusus merupakan acara yang dibentuk berdasarkan materi sebagai lahan utama dalam keseluruhan, meliputi: acara khusus harian, acara khusus mingguan dan acara khusus musiman.

Usaha-Usaha Radio Salma FM dalam Mempertahankan Pangsa Pendengar, antara lain;

- a) Program yang diproduksi berdampak bagi kehidupan
- b) Program tersebut dapat menumbuhkan semangat
- c) Harus dapat dipahami pendengar
- d) Menghindari sesuatu yang abstrak
- e) Menyajikan unsur keanekaragaman

B. Saran-Saran

Dalam rangka menunjang tercapainya maksud dan tujuan dalam mempertahankan pangsa pendengar diharapkan lebih mengoptimalkan segala usaha secara baik dan benar, maka ada beberapa saran yang mungkin berguna antara lain:

1. Dalam menyajikan program acara sudah cukup baik, sehingga perlu dipertahankan dengan memberikan kualitas siaran yang lebih baik pula.

2. Untuk program acara yang sekiranya menjadi salah satu acara unggulan, diharapkan dapat dipertahankan.
3. Mengingat *image* radio Salma FM sudah cukup baik di hati para pendengarnya, alangkah baiknya lebih meningkatkan lagi kemampuan personilnya atau profesionalitasnya.

Pemilihan dan penyusunan perencanaan sebuah format acara tidak boleh disusun secara serampangan, harus sesuai dengan keinginan para pendengar. Sehingga diperlukan strategi yang cermat mengenai tingkat kompetisi pasar dan khalayak sasaran yang diinginkan supaya dapat mempertahankan atau menarik perhatian pada pendengar. Dalam usaha mempertahankan pangsa pendengar, yang perlu diperhatikan adalah sumber daya manusia dan teknologi, promosi yang baik dan iklan.

C. Kata Penutup

Alhamdulillah dengan segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas karunia dan rahmatnya maka terselesaikan tugas skripsi ini yang berjudul "Format Acara Radio Salma FM Klaten Dalam Mempertahankan Pangsa Pendengar".

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengakui dalam penulisan skripsi ini tentunya masih terdapat kekurangan-kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan. Namun dengan demikian telah diusahakan kearah kesempurnaan agar dapat memenuhi syarat-syarat yang telah ada.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tidak lepas atas berkat dorongan, doa serta bantuan dari berbagai pihak baik yang berupa materiil, spirituiil yang begitu banyak. Dengan ini penulis ucapkan banyak terima kasih, semoga amal kebaikan dari pihak-pihak yang telah membantu mendapatkan balasan dari Allah SWT, amin.

Akhir kata hanya doa yang bisa kami panjatkan kepada Allah SWT semoga kita semua senantiasa mendapat berkat dan rahmatNYA. Mudah-mudahan skripsi ini kelak dapat bermanfaat bagi para pihak-pihak yang membutuhkan.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Dudung, *Pengantar Metode Penelitian*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001).
- Amirin, Tatang, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1988).
- Aswara, Toto, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1987).
- Darmanto, Antonius, *Teknik Penulisan Naskah Acara Siaran Radio*, (Yogyakarta: Universitas Atmajaya, 1998)
- , *Teknik Prnyusunan Program Siaran Radio*, (Yogyakarta: RRI, 2000).
- Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1988).
- Frank, Jefkin, *Periklanan*, (Jakarta: Erlangga, 1996).
- Gough, Howard, *Program Radio*, (Surabaya: AIBD, 1999)
- Hadi, Sutrisno, *Metodologi Research I*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1980).
- Ishadi, *Dunia Penyiaran Prospek dan Tantangan*, (Jakarta: Gramedia, 1999).
- Khomis, Abdullah, *Format Acara Penyiaran Agama Islam Di TVRI Yogyakarta, Skripsi* (Yogyakarta: IAIN, 2000)
- Masduki, *Jurnalistik Radio*, (Yogyakarta: Erlangga, 2001).
- , *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: Lkis, 2004).
- Moloeg, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998)
- Munthe, Moeryanto Ginting, *Media Komunikasi Radio*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996).
- Mulyana, Deddy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004).
- Naufal, Ahmad, *Format Acara Penyiaran Agama Islam di Radio Kota Perak, Skripsi* (Yogyakarta: UIN, 2007)

- Quail, MC Denis, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 1987)
- Salim, Peter, *Kamus Besar Indonesia Kontemporer*, (Modern English Press, 1991)
- Sandaya, Sasa Djuarsa, *Radio Network Raker Penyempurnaan Pola Dasar Pendidikan dan Latihan Andhok Bidang Litbang* (Jakarta: PRSSM, 1992)
- Sastro Subroto, Darwanto, *Produksi Acara Televisi*, (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994)
- Sayoga, Budi, *Modul Program Siaran Radio*, (Yogyakarta: FISIP UGM, 2005).
- Surahmad, Winarno, *Pengantar Penelitian Metode Dasar Dan Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1996)
- Uchjana Effendy, Onong, *Radio Siaran Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Mandiri, 1998)
- Wahyudi, *Dasar-Dasar Jurnalistik Radio Dan Televisi*, (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1996).



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA