

**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO MANGGALA KUDUS
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA SEBAGAI
RADIO SWASTA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh:

APRI LINA RAHMAWATI

NIM 20102010123

Pembimbing:

Seiren Ikhtiara, M.A.

NIP.199106112019032027

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

2024



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

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1603/Un.02/DD/PP.00.9/09/2024

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI KOMUNIKASI RADIO MANGGALA KUDUS DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA SEBAGAI RADIO SWASTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : APRI LINA RAHMAWATI
Nomor Induk Mahasiswa : 20102010123
Telah diujikan pada : Jumat, 23 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Seiren Ikhtiar, M.A.
SIGNED

Valid ID: 66c3f6166ec94



Penguji I

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 66c3f1b9b9fab



Penguji II

Muhamad Lutfi Habibi, M.A.
SIGNED

Valid ID: 66c14db166fd8



Yogyakarta, 23 Agustus 2024

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

Valid ID: 66ea82fbd51e



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

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Apri Lina Rahmawati
NIM : 20102010123
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dakwah Radio Manggala Kudus dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital

Sudah dapat diajukan 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 saya mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 19 Agustus 2024

Pembimbing,

Seiren Ikhtiar, M.A
NIP. 198710302020121003

Mengetahui:
Ketua Program Studi,

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos, M.Si
NIP. 19840307191101013

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang menyatakan di bawah ini:

Nama : Apri Lina Rahmawati
NIM : 20102010123
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : Jepara, Jawa Tengah
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dakwah Siaran Radio

Manggala Kudus dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital

Menyatakan dengan sesungguhnya skripsi yang saya ajukan adalah hasil penelitian karya ilmiah yang saya tulis sendiri kecuali pada bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan yang dibenarkan secara ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 19 Agustus 2024
Saya yang Menyatakan,



Apri Lina Rahmawati
20102010123

SURAT PERNYATAAN MEMAKAIN JILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Apri Lina Rahmawati

NIM : 20102010123

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran tanpa paksaan dari pihak mana pun. Apabila terjadi hal yang tidak diinginkan, maka saya tidak akan menyangkutpautkan kepada pihak fakultas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 19 Agustus 2024

Saya yang Menyatakan,



Apri Lina Rahmawati

20102010123

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Bismillahirrahmanirrahim”

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

Kedua orang tuaku, mamak dan alm bapakku tercinta yang tidak pernah berhenti mendoakan, memberikan dukungan, memberi kasih sayang dan kepercayaan, dan untuk diriku sendiri yang bisa sampai titik ini

Serta seluruh Civitas Akademik Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas.”
(QS. Al-Isra 17:28)

“Jika kita memiliki rencana, maka jangan sekali-kali mengukur dengan kemampuan kita. Apabila kita mengukur dengan kemampuan kita, maka Allah akan memberikan hasil sesuai kemampuan kita. Apabila kita mengukur dengan kemampuan Allah, maka kemampuan-Nya tidak terbatas.”
(Abuya Hasan bin Ahmad Baharun)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil'alamin, Segala puji dan syukur hanya kepada Allah SWT, atas segala limpahan rahmat taufik dan hidayahnya, yang memberikan kemudahan dalam penulisan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabatnya yang telah memberikan suri tauladan untuk manusia di muka bumi ini.

Skripsi ini adalah strategi komunikasi dakwah Radio Manggala Kudus dalam mempertahankan Eksistensinya di Era Digital. Selama proses penelitian yang panjang, banyak kesulitan yang dihadapi penulis. Dalam mengatasi kesulitan, banyak pihak yang membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung, dan tak lupa banyak doa dan dukungan yang mengiringi langkah penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan sekaligus selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
4. Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) Seiren Ikhtiar., M.A.
5. Jajaran Dosen dan Staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Kedua orang tua saya yang tersayang, Alm Bapak Miftah dan Mamak Istiaroh yang menjadi penyemangatku. Ketulusan yang telah kalian berikan, pengorbanan yang kalian rasakan tidak sebanding dengan apa yang aku berikan. Semoga ini bisa menjadi salah satu kebahagiaan kalian yang bisa saya berikan.
7. Dan untuk kakak dan mbakku tersayang, Kak Ahmad Habibi, Mba Mustika Wati, Kak Ali Said, Mba Naili Maghdalina, Mba Wulandari Al-Attin, Mba

Laila Hidayah, Kak Miftahul Huda, terimakasih, kasih sayang yang kalian berikan untukku.

8. Keluarga besar yang berada di Jepara, Kudus, Demak dan Kalimantan Tengah.
9. Sepupu-sepupu saya, Lailatul Khasanah dan Aulia Urrohimah menemani mengerjakan, menjadi tempat curhat dan suka duka.
10. Radio Manggala Station yang memberikan kesempatan belajar siaran dan menjadi tempat penelitian, dan segenap narasumber Pak Alfian, dan Mba Nuza.
11. Sahabat-sahabat yang selalu ada dalam setiap waktu, Ani, Wina, Dini, Aulia, Anissya.
12. Dan teman-teman seperjuangan angkatan 2020 KPI yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
13. Motor tuaku yang kuat menembus hujan, panas, gunung, laut perjalanan pulang pergi lebih dari 354km selama kuliah.
14. Untuk calon jodohku yang belum kelihatan, semoga kita dipertemukan disaat dan waktu yang tepat, yang sudah menjadi pribadi yang baik.

Semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu baik yang penulis sebutkan diatas maupun yang belum bisa penulis sebutkan secara keseluruhan. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi diri penulis pribadi maupun civitas akademik UIN Sunan Kalijaga serta bagi seluruh pembaca, Aamiin.

Yogyakarta, 16 Agustus 2024

Penulis

Aprilina Rahmawati

20102010123

ABSTRAK

Penelitian ini menunjukkan adanya upaya strategi komunikasi Radio Manggala Kudus dalam mempertahankan eksistensinya sebagai radio swasta dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teori difusi inofasi sebagai pembedah dalam penelitian ini. Ada 2 upaya yang digunakan radio yaitu menggunakan streaming dan digital marketing sebagai upaya strategi radio manggala dalam mempertahankan sebagai radio swasta. Penelitian ini menggunakan studi fenomenologi. Dengan pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan (observasi), wawancara, dan dokumentasi. Wawancara ini ditujukan kepada manager station, humas, penanggung jawab program dan penyiar.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Dakwah, Radio, Eksistensi



ABSTRACT

This research shows the efforts of Radio Manggala Kudus's communication strategy in maintaining its existence as a private radio by using qualitative research methods with the theory of diffusion of innovation as a dissection in this research. There are 2 efforts used by the radio, namely using streaming and digital marketing as an effort to maintain Radio Manggala's strategy as a private radio. This research uses a phenomenological study. With data collection carried out by conducting observations, interviews, and documentation. This interview was addressed to the station manager, public relations, the person in charge of the program and the announcer.

Keywords: Communication Strateg, Radio, Existence



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN MEMAKAI HIJAB	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis	7
E. Kajian Pustaka.....	7
F. Karangka Teori.....	13
1. Difusi Inovasi.....	13
2. Strategi Komunikasi.....	16
3. Konsep	20
G. Metode Penelitian	33
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	33
2. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3. Subyek dan Obyek Penelitian	35

4. Data dan Sumber Data	35
5. Teknik Pengumpulan Data.....	36
6. Teknik Analisis Data.....	38
H. Sistematika Pembahasan	40
BAB II GAMBARAN UMUM INSTANSI PENELITIAN	42
A. Gambaran Umum Radio Manggala Kudus	42
1. Data Umum Hasil Penelitian	42
a. Sejarah Radio Manggala Station Kudus	42
b. Profil Radio Manggala Station Kudus	44
c. Visi dan Misi.....	45
d. Daya Pancar	46
e. Maksud dan Tujuan Radio Manggala Station	47
f. Aspek Program Siaran Radio Manggala Kudus	47
g. Segmentasi Pendengar	52
h. Struktur Organisasi Radio Manggala Kudus	54
i. Sarana Pendukung	56
2. Eksistensi Radio.....	57
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Strategi Radio Manggala Kudus Menerapkan Metode dalam mempertahankan eksistensinya sebagai radio swasta	60
1. Penggunaan Aplikasi Streaming	62
2. Digital Marketing	68
B. Hasil Strategi Komunikasi Radio Manggala Kudus dalam mempertahankan eksistensi sebagai radio swasta	69
1. Perumusan Strategi Komunikasi Dakwah Radio Manggala Station Kudus	69
2. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Dakwah Radio Manggala Station Kudus.	71
3. Evaluasi Strategi Komunikasi Dakwah Radio Manggala Station Kudus	74
BAB IV PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78

B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Metode Penelitian menurut sugiyono	34
Tabel 2. Program Siaran Radio Manggala Kudus.....	48
Tabel 3. Segmentasi Radio Manggala Kudus	53
Tabel 4. Jabatan dan Job Diskripsi Radio Manggala Kudus.....	55
Tabel 5. Sarana Prasarana Radio Manggala Kudus	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Website Radio Manggala Station Kudus 100.4 FM.....	43
Gambar 2. Logo Radio Manggala.....	44
Gambar 3. Studio Radio Manggala Station Kudus 100.4 FM	46
Gambar 4. Wawancara langsung bersama Alfiyan selaku mangaer station	61
Gambar 5. Pemancar Radio yang berada di Gunung Muria.	65
Gambar 6. Instagram media sosial Radio Manggala Station Kudus.....	66
Gambar 7. Siaran Langsung Radio Manggala Station Kudus.....	74
Gambar 8. Wawancara langsung bersama penyiar radio manggala	76

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Model Miles and Hubermen.....	46
--	----



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tertanggal 22 Januari 1988 No: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Śā	Ś	es titik atas
ج	Jim	J	Je
ح	Hā'	H ·	ha titik di bawah
خ	Khā'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	zet titik di atas
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	es dan ye
ص	Şād	Ş	es titik di bawah
ض	Dād	ḍ	de titik di bawah
ط	Tā'	ṭ	te titik di bawah

ظ	Zā'	ẓ	zet titik di bawah
ع'	' Ayn	...'	koma terbalik (di atas)
غ	Gayn	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Waw	W	We
ه	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	...'	Apostrof
ي	Yā	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap Tunggal karena tasydīd ditulis Rangkap:

مُتَعَفِّدِينَ	Dibaca	<i>muta'addidah</i>
عِدَّة	Dibaca	<i>'iddah</i>

III. Tā' marbūtah di akhir kata.

- a. Bila dimatikan, ditulis h:

حكمة	Dibaca	<i>ḥikmah</i>
جزية	Dibaca	<i>Jizyah</i>

(ketentuan tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti Zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نعمّة تلات	Dibaca	<i>ni 'matullāh</i>
زكاة افطر	Dibaca	<i>zā'kātul-fitri</i>

IV. Vokal Pendek

ـَ	fathah	Ditulis	A
ـِ	Kasrah	Ditulis	I
ـُ	ḍammah	Ditulis	U

V. Vokal Panjang

fathah + alif	Ditulis Dibaca	ā (garis di atas) <i>jāhiliyya</i>
fathah + alif maqṣūr	Ditulis Dibaca	ā (garis di atas) <i>yas'ā</i>
kasrah + ya mati	Ditulis Dibaca	ī (garis di atas) <i>majīd</i>
ḍammah + wau mati	Ditulis Dibaca	ū (dengan garis di atas) <i>furūd</i>

VI. Vokal Rangkap

fathah + yā mati	Ditulis	Ai
fathah + wau mati	Ditulis	U

VII. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.

النتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
-------	---------	----------------

اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata sandang Alif + Lām

a. Bila diikuti huruf *qamariyah* ditulis al-

القران	Ditulis	al-Qur'ān
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* sama dengan huruf *qomariyah*.

الشمس	Ditulis	<i>al-syams</i>
السماء	Ditulis	<i>al-samā'</i>

IX. Huruf besar

Huruf besar dalam tulisan Latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD)

X. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat dapat ditulis menurut penulisannya

ذوى الفر وض	Ditulis	<i>Zawī il-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ihl il-sunnah</i>

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Melihat perkembangan dan kemajuan media massa dari tahun ke tahun, media massa memiliki peningkatan yang semakin maju dengan perubahan teknologi komunikasi dan informasi. Media radio merupakan salah satu lembaga penyiaran yang menyajikan sebuah informasi cepat, dan akurat yang ditunjang dengan media teknologi.

Radio merupakan media pertama sebagai media penyiaran komunikasi tertua dan memiliki nilai sejarah. Yang mana radio menggunakan gelombang elektromagnetik untuk menyebarkan sebuah informasi dan hiburan. J.C Maxwell dan Helmholtz Hertz merupakan penemu pertama yang berhasil membuat gelombang radio pada tahun 1887 dan radio terus berkembang menjadi media massa hingga saat ini dan masih dipercaya oleh masyarakat.¹

Di Indonesia lembaga penyiaran memiliki Undang-undang No 32 Tahun 2002 yang membahas tentang penyiaran yang memiliki fungsi dan kegunaannya masing-masing. Seperti Lembaga Penyiaran Komunitas yang didirikan oleh komunitas tertentu, yang berbentuk badan hukum Indonesia yang melayani kepentingan komunitasnya yang bersifat independent dan tidak bersifat komersial, memiliki daya pancar rendah dan tidak memiliki jangkauan yang luas. Dalam bidang usahanya lembaga penyiaran komunitas hanya

¹Morrison, *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, (Jakarta: 10 Prenada Media Group, 2008), hlm. 3

membuka jasa penyiaran berlangganan yang wajib memiliki izin penyelenggaraan sebagai penyiaran berlangganan. Lembaga Penyiaran Publik merupakan lembaga penyiaran yang bersifat independent, netral dan tidak komersil yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara dengan memberikan layanan kepentingan masyarakat. Dengan daya pancar skala besar dan secara geografis yang mencakup wilayah nasional. Lembaga Penyiaran Swasta merupakan lembaga penyiaran yang bersifat komersial dengan badan hukum Indonesia yang pada bidang usahanya merupakan jasa penyiaran radio dan televisi dengan daya pancar rendah dengan jangkauan luas yang terbatas.² Menurut Undang-undang No 32 Tahun 2002 pada pasal 16-20 mengatur entitas Lembaga Penyiaran Swasta yang salah satunya merupakan Radio. Dalam undang-undang tersebut selain radio siaran publik, radio komersial dan radio komunitas, radio swasta komersial diberi keleluasaan dalam bidang industri periklanan.³

Radio swasta komersial yang bersandar pada gelombang *Frequency Modulation* (FM) dengan keunggulan menyajikan musik dengan kemampuan teknologi stereo-nya, yaitu sebuah hiburan musik yang mengiringi suatu pemberitaan dan efek suara. Dengan peran yang dibawakan radio sebagai media massa menyampaikan berbagai informasi peristiwa di lingkungan, pemerintah, ekonomi, politik dan sosial dll. Dan peran sebagai media hiburan dengan memutarakan lagu-lagu, penyiar yang asik dan lain sebagainya. Radio

² Sarniah dkk, *Strategi Komunikasi Radio Citra FM Kendal dalam Meningkatkan Minat Pendengar*, (Kendal : Vol. 1 No. 02 Juli-Desember 2021 | 97-113).

³ Moh Zaenal Abidin Eko Putro dkk, *Jejaring Radio Swasta Sebagai Inovasi Merebut Pasar*, (Depok : Volume 16, Nomor 1, Oktober 2021, Hal 17-30).

Komersial Swasta mampu dipercaya dapat membangun *theater of mind* dalam benak pendengar.⁴

Keunggulan yang dimiliki radio yaitu dapat didengar dengan jangkauan luas yang terbatas dengan relatif harga yang relatif murah. Sedangkan komunikasi yang digunakan radio yaitu menggunakan media audio dengan perbedaan media visual dari bentuknya. Semakin canggih radio, informasi yang disajikan pun menjadi bervariasi dan efektif. Radio swasta yang masih eksis hingga saat ini yang merupakan radio swasta pertama di Kabupaten Kudus adalah radio manggala.

Melihat statistik minat dengar radio yang diadakan oleh survey Nielsen Consumer Media View pada tahun 2010, pendengar radio masih menempati urutan ke-4 dibanding jenis media lain. Sedangkan, televisi masih menjadi urutan pertama bagi masyarakat Indonesia yang mana bisa mencapai 96% penikmatnya, dan 53% untuk internet, radio di 37%, media koran 7%, majalah dan tabloid di 3%. Sedangkan ditahun 2016, urutan radio semakin menurun hingga 1% dan internet mengalami kenaikan lebih banyak. Menurut survey Nielsen, terjadi kenaikan kuartal ketiga dengan 57% pendengar radio dari kalangan generasi Z dan Millennial yang berada di lebih dari 11 kota di Indonesia mendengarkan radio lebih dari 139 menit perharinya.⁵

Dewasa ini, salah satu radio yang menyajikan siaran dakwah di

⁴ Ibid., Hlm 2.

⁵ Nielsen, "Tren Baru di Kalangan Pengguna Internet di Indonesia", Nielsen.com (juli 2017) <https://www.nielsen.com/id/news-center/2017/tren-baru-di-kalangan-pengguna-internet-di-indonesia/>.

Kabupaten Kudus adalah Radio Manggala 100.4 FM. Walaupun tidak memiliki durasi panjang saat siaran dakwah, radio ini tetap mempertahankan nilai religi sebagai dakwah yang disampaikan kepada konsumen. Selain itu, melihat mayoritas warga kabupaten Kudus penganut agama Islam dan masih banyak konsumen yang masih mendengarkan media radio sebagai media dakwah, hiburan dan sarana informasi. Penulis mengamati dan sering mendengarkan pada saat siaran, juga menyelipkan kata-kata dakwah pada jam-jam yang tidak ditemukan.

Banyaknya media yang dikuasai oleh penguasa-penguasa sekuler dan di masuki informasi yang menyimpang dan tidak berimbang. Yang mana Islam dipandang asing di media-media lainnya. Radio manggala Kudus mencoba mengimbangi informasi yang tidak Islami dengan informasi yang Islami. Untuk memahami umat agar tidak terpecah menjadi berbagai pihak.

Radio manggala kudus merupakan radio konvensional yang merambah ke ranah dunia maya. Radio Manggala Kudus on air 18 jam dalam satu hari, mulai pukul 05:00-12:00 WIB. Pemanfaatan teknologi dilakukan karena melihat kondisi sosial dan budaya masyarakat, yang sudah akrab dengan dunia internet. Jadi dengan kondisi ini, Radio Manggala Kudus memiliki potensi untuk menunjukkan keberadaannya dan berusaha menjadi pilihan terbaik untuk masyarakat pada umumnya, diantaranya persaingan dengan media massa lainnya seperti televisi, internet terlebih pada dunia modernisasi seperti saat ini.

Melihat program acara yang ada di Radio Manggala ada program acara Nuansa Senja yang bernuansa religi yang mulai dari jam 16:30 – 17:00 WIB

setiap harinya. Program acara ini adalah program unggulan yang hadir disetiap bulan ramadhan yang diberi nama Jalan Menuju Surga. Pada hari biasa penyiar dalam program acara nuansa senja akan diputarkan rekaman dari Alm Ust Jefri Buchori, Kyai Wijayanto dan Gus Baha. Namun pada segmen Jalan Menuju Surga, siaran dilakukan secara on air dan off air yang mana pengisi acara biasanya dari kemenag Kota Kudus.⁶

Peneliti merasa bahwa pada siaran nuansa senja yang memutarakan rekaman dari kyai maupun ustadz yang sudah meninggal, namun masih sesuai dengan konteks yang ada saat ini sehingga membuat peneliti ingin meneliti. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian mendalam di Radio Manggala Kudus dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana “Strategi Komunikasi Radio Manggala Kudus dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Radio Swasta”.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

⁶ Wawancara, dengan Alfiyan yang menjabat sebagai Manajer, Humas dan Penanggung Jawab program 29 Juni 2024.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi Radio Manggala Kudus untuk mempertahankan eksistensi sebagai radio swasta?

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui Strategi Komunikasi Radio Manggala Kudus dalam mempertahankan eksistensi sebagai radio swasta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. **Bagi pembaca,** penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah pengetahuan baru yang berkaitan dengan gambaran tentang penggunaan media massa dan sistematika strategi komunikasi, khususnya dalam mempertahankan eksistensinya sebagai radio swasta.
- b. **Bagi peneliti lain,** penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengikuti perkembangan zaman dan teknologi yang lebih maju untuk mempertahankan eksistensi sebagai radio swasta.
- c. **Bagi peneliti,** penelitian ini diharapkan memberikan wawasan, pengalaman dan pengetahuan yang lebih mendalam tentang strategi komunikasi Radio Manggala Kudus dalam mempertahankan eksistensinya sebagai radio swasta.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Radio Manggala Kudus

Diharapkan penelitian ini akan memberikan kontribusi sederhana dan memberikan motivasi dan menambah wawasan pada praktisi dakwah dalam pemanfaatan media massa agar mengemas program lebih menarik dan kreatif. Dan memberi pengetahuan dan pengalaman dalam mempertahankan eksistensinya sebagai radio swasta.

b. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang strategi komunikasi Radio Manggala Kudus dalam mempertahankan eksistensinya sebagai radio swasta.

c. Bagi Akademik

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan, informasi dan sumbangan pemikiran mengenai strategi komunikasi Radio Manggala Kudus dalam mempertahankan eksistensinya sebagai radio swasta.

E. Kajian Pustaka

Berdasarkan dari sumber jurnal-jurnal yang relevan, penulis juga menjadikan penelitian terdahulu sebagai acuan dalam menulis penelitian ini guna menemukan *gap* dan menghindari terjadinya kesamaan atau plagiasi dalam penyusunan skripsi ini. Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang penulis temukan yang memiliki kemiripan dalam pembahasannya yaitu:

Pertama, jurnal oleh Mustofa Hilmi, dkk yang berjudul “Strategi Komunikasi Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah dalam

mempertahankan Eksistensi di Kota Semarang 2022”, yang diterbitkan oleh Universitas Islam Negeri Walisongo, mengungkapkan empat strategi komunikasi yang digunakan Radio Aska FM dalam mempertahankan eksistensi. Empat strategi komunikasi tersebut adalah pertama, identifikasi khalayak dengan mengadakan gathering, talkshow, dan membuka saluran komunikasi melalui berbagai kanal, kedua, penyusunan pesan dengan menyusun program aktual sesuai informasi pada tahap pertama, ketiga, penetapan metode, keempat, pemilihan media baik secara konvensional dengan memakai frekuensi 107,9 FM maupun *new media* seperti *streaming* melalui facebook dan layanan *internet live streaming* (ILS).⁷

Selain itu, radio ini juga melakukan inovasi dalam mempertahankan eksistensi dengan cara memberikan pelatihan secara periodik dan kontinu di bidang broadcast kepada khalayak, membangun sinergi dengan masyarakat, menjalin kerjasama dengan berbagai pihak dalam skala regional maupun nasional guna merancang dan membangun program, mewujudkan kemandirian dengan menciptakan unit usaha yang dapat menopang dan mendorong biaya operasional guna kelancaran siaran.⁷ Dalam penelitian tersebut, ada persamaan dengan penelitian saat ini yaitu menggunakan empat strategi yang sama, sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan saat ini ada di objeknya.

Kedua, artikel jurnal oleh Retna Dwi Estuningtyas, yang berjudul “Strategi Komunikasi dan Dakwah pada Kalangan Millenial di Era

⁷ Mustofa Hilmi dkk, “*Strategi Komunikasi Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah dalam Mempertahankan Eksistensi di Kota Semarang*”,. (Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam, vol. 8:2 Agustus 2022).

Modernisasi”.⁸ Yang diterbitkan oleh Universitas Ibnu Chaldun Jakarta 2021, mengungkapkan strategi dan metode yang tepat dalam melakukan dakwah dikalangan millenial di era modernisasi saat ini harus menggunakan sistem materi yang dapat dicerna dengan baik dan maksimal, penggunaan bahasa yang baik, memahami karakter media sosial dan membuat konten yang sesuai dengan bentuk pesan dalam komunikasi, juga sangat diperhatikan agar tujuan dakwah di kalangan milenial di era modernisasi dapat tercapai. Saat ini komunikasi dakwah tidak cukup dengan cara yang konvensional, karena perkembangan zaman yang sudah modern, teknologi kian cepat menuntut penyesuaian.

Dakwah pun harus lebih dioptimalkan dalam penyampaian melalui media sosial, karena generasi milenial yang paham betul menggunakan media serta aplikasi yang sifatnya interaktif seperti Whatsaap, Youtube, Facebook dan lainnya. Karena itulah da'i disarankan untuk ikut menggunakan media sosial dalam rangka menjangkau mad'u yang lebih luas sehingga pesan dakwah terserap lebih banyak. Pesamaan dari penelitian Retna dengan penelitian saat ini adalah komunikasi dakwah menggunakan bahasa yang baik dan materi yang mudah dipahami, sedangkan perbedaan penelitian ini dan penelitian saat ini dari objeknya.

Ketiga, artikel jurnal oleh Usfiyatul Marfu'ah yang berjudul, “Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural 2017” yang diterbitkan Universitas Negeri Walisongo Semarang, mengungkapkan strategi yang

⁸ Ratna Dwi Estuningtyas, *Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi*. (Muttaqien: Vol. 2.1 Januari 2021, hlm. 75-86).

digunakan dalam masyarakat yang multikultural dengan cara pendekatan multikulturalisme dalam dakwah, yakni berusaha untuk mencapai tujuan, yakni titik temu dalam keberagaman dan toleransi dalam perbedaan. Karena melihat Indonesia merupakan umat beragama, maka dakwah tidak dapat hadir dengan wajah yang kaku dan hanya mengedepankan kebenaran tunggal. Persamaan penelitian Usfiyatul dengan penelitian saat ini adalah berusaha berdakwah yang disampaikan sampai dengan tujuan, dengan tetap menjaga keberagaman dan toleransi agama. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini ada diobjeknya.⁹

Keempat, jurnal yang berjudul “Strategi Komunikasi Dakwah Da’i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan 2018.” Yang diterbitkan Universitas Sunan Gunung Djati Bandung, mengungkapkan bahwa strategi komunikasi dakwah Da’i Hidayatullah dalam membina masyarakat pedesaan belum maksimal dikarenakan faktor masyarakat pedesaan masih dianggap sebagai standart dan pemeliharaan sistem kehidupan bermasyarakat dan kebudayaan asli. Sehingga upaya strategi komunikasi dakwahnya belum terlalu maksimal dan belum berdampak positif.¹⁰

Perbedaan penelitian Bustanol Arifin dan penelitian saat ini adalah pada objek penelitian yang menggunakan pedesaan sedangkan peneliti menggunakan media Radio sebagai objek penelitiannya. Persamaan peneliti dengan Bustanol Arifin terletak pada metode penelitian yang sama dengan menggunakan deskriptif kualitatif.

⁹ Usfiyatul Marfu’ah, *Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural*, (Islamic Communication Journal 2:2 Juli-Desember 2017).

¹⁰ Bustanol Arifin, “*Strategi Komunikasi Dakwah Da’I Hidayatullah Dalam Membina Masyarakat Pedesaan*”. (vol 2:2 2018).

Kelima, jurnal yang berjudul “Strategi Most FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital 2022” yang diterbitkan dari Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, Medan. Mengungkapkan bahwa menjaga keeksistensian Most FM di era digital adalah menyajikan informasi yang up-to-date dan terpercaya. Karena internet sudah merajalela, hoax pun mulai menjadi informasi yang diambil pendengar. Maka radio harus memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi dengan baik. Dengan banyak berinteraksi dengan pendengar, terutama di jejaring sosial dan pesan instan, radio harus memperbanyak membuat acara secara *off-air*. Perbedaan penelitian ini dan saat ini adalah diobjeknya. Persamaan dengan penelitian saat ini yaitu memanfaatkan teknologi dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.¹¹

Keenam, skripsi Neisya Ghassani Sabila, mahasiswa fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah (UIN) Jakarta, 2018, yang berjudul “Strategi Komunikasi Radio Fajri 99,3 FM Bogor dalam mempertahankan citra Radio Dakwah” menghasilkan gambaran dari penerapan teori konstruksi sosial media massa. Adapun tiga proses penerapan konstruksi pada siaran *on air* dan *off air* yaitu eksternalisasi, obyektivasi dan internalisasi.¹² Dalam mencapai tujuannya, penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial media massa, yang mana berbeda dengan

¹¹ Winda Kustiawan dkk, Strategi Most FM dalam mempertahankan eksistensi di era digital, (Edu Society: Jurnal Pendidikan ilmu sosial dan pengabdian kepada Masyarakat, vol 2:8 Medan 2022, hlm 814-818).

¹² Neisya Ghassani Sabilah, *Strategi Komunikasi Radio Fajri 99,3 FM Bogor Dalam Mempertahankan Citra Radio Dakwah*. (Skripsi mahasiswa fakultas ilmu dakwah dan ilmu komunikasi UIN Jakarta, 2018).

penelitian saat ini yaitu teori difusi inovasi.

Ketujuh, skripsi Wulan Ayu Lestari, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Radio Duta Nusantara FM Ponorogo Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital 2023. Radio Duta Nusantara FM menggunakan beberapa strategi dalam implementasinya, yaitu cara pelaksanaannya yang menyediakan layanan streaming untuk semua acara-acaranya dan struktur kontennya. Guna mencapai efektivitas komunikasi, ada beberapa cara yang digunakan oleh Radio Duta Nusantara FM yaitu berbicara dengan cara meyakinkan, memberikan informasi, dan mendidik.¹³

Kedelapan, skripsi Apriadi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area (2023), yang berjudul “Strategi Komunikasi Humas dalam Mempertahankan Citra Positif Akibat Kasus Korupsi APBD di DPRD Sumatra Utara”. Bahwasanya strategi komunikasi yang dilakukan humas telah relatif baik melalui pendekatan kerjasama dengan pihak media untuk meningkatkan citra baik pemerintahan DPRD melalui tahap-tahapan untuk membina korelasi dengan berbagai kalangan. Perbedaan dari penelitian ini dengan saat ini adalah objek yang mana peneliti ini objeknya adalah DPRD Sumatra Utara sedangkan penelitian saat ini objeknya Radio Manggala Kudus.¹⁴

¹³ Wulan Ayu Pratiwi, “*Strategi Komunikasi Radio Duta Nusantara FM Ponorogo Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital*”. (Skripsi mahasiswa fakultas ushuluddin adab dan dakwah IAIN Ponorogo, 2023).

¹⁴ Apriadi, “*Strategi Komunikasi Humas Dalam Mempertahankan Citra Positif Akibat Kasus Korupsi APBD Di DPRD Sumatra Utara*”. (Skripsi mahasiswa fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area 2023).

F. Karangka Teori

1. Difusi Inovasi

Pada tahun 1964, teori difusi inovasi di populerkan oleh Everett Rogers yang dalam buku ciptaanya berjudul “Difussion of Innovations” yang menjelaskan bahwa difusi adalah sebuah proses dari inovasi yang dikomunikasi melalui beberapa saluran dengan jangkauan waktu tertentu dalam suatu sistem sosial.¹⁵

Teori yang ditemukan Rogers ini merupakan sebuah inovasi yang di difusikan kepada seluruh masyarakat dengan pola yang bisa di prediksi. Dengan penjelasan lain definisi difusi inovasi merupakan sebuah proses berkomunikasi dengan informasi tentang ide baru yang dipandang secara subjektif. Dengan demikian makna inovasi adalah perlahan-lahan komunikasi dikembangkan melalui sebuah proses konstruksi sosial. Dengan tujuan melakukan pembaharuan proses yang dilakukan dalam teori inovasi difusi adalah mengkomunikasi sebuah ide atau gagasan yang dianggap baru yang dibagi menjadi dua macam diantaranya:

1) Difusi Sentralisasi

Segala sesuatu yang berkaitan dengan kapan dimulai sebuah inovasi, penilai hingga saluran komunikasi yang digunaka terkait dengan proses difusi yang dilakukan oleh seorang pemimpin.

¹⁵ Mailin dkk, *Teori Media/ Teori Difusi Inovasi*, (Medan : 2022 Vol 6:2 Maret, 2022), hlm 158.

2) Difusi Desentralisasi

Penyerahan sebagian wewenang pemimpin kepada bawahan dari pusat kepada cabangnya. Proses yang dilakukan dengan kerja sama dengan beberapa orang yang telah menerima sebuah inovasi

Menurut Rogers mengatakan dalam proses difusi inovasi terdapat empat elemen pokok diantaranya:

1) Inovasi

Sebuah gagasan, ide dan suatu tindakan yang dianggap baru oleh seseorang, dalam difusi inovasi bisa dimaknai sebagai suatu hal baru atas bagaimana pandangan orang terhadap suatu gagasan merupakan hal baru. Dengan begitu kebaruan inovasi dapat di sangkutpautkan sebagai sebuah hal yang diukur dengan cara subjektif menurut masing-masing individu yang menerimanya.

2) Saluran Komunikasi

Elemen ini digunakan sebagai alat dalam menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Yang mana inovasi dapat diadopsi seseorang jika inovasi yang diterima bisa dikomunikasikan kepada orang lain.

3) Jangka Waktu

Elemen ini merupakan sebuah proses keputusan dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau pun menolaknya yang berkaitan dengan pengambilan sebuah keputusan, keinovatifan secara relatif lebih awal dan lebih lambat

ketika menerima sebuah inovasi.

4) Sistem Sosial

Sistem sosial adalah tata tingkah laku yang menyangkut hak dan kewajiban yang ditentukan oleh masyarakat untuk memecahkan masalah demi mencapai suatu tujuan bersama. Pada sistem sosial ini merupakan sebuah sasaran bagi sebuah inovasi, yang dapat menerima maupun menolak sebuah inovasi.

Esensi dari teori difusi inovasi yaitu adanya sebuah inovasi baru yang dibarengi dengan pemahaman, yang diharapkan perkembangan dan penyebarluasan inovasi baru dapat bermanfaat dan dirasakan oleh setiap kelompok masyarakat.

Sebagai saluran penyiaran dalam komunikasi massa mempunyai fungsi dalam Undang-undang Pers No 40 tahun 1999, seperti:¹⁶

- a. Informasi, memiliki suatu fungsi yang memiliki hal terpenting dalam komunikasi massa. Dengan komponen terpenting yaitu mengetahui suatu berita-berita yang disajikan melalui media. Ini menjadi suatu fakta yang dicari wartawan dalam mengambil data lapangan yang dituangkan dalam tulisan dan menjadi suatu berita. Iklan juga menjadi fungsi memberikan informasi. Dengan mengejar perkembangan yang tertinggal maka para pakar memperkenalkan komunikasi pembangunan. Dengan menitik beratkan penyebarluasan informasi sebagai upaya dalam

¹⁶ Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Penerbit Ghalia Indonesia, 2013), hlm. 82.

mengubah karakter masyarakat tradisional menjadi terbuka terhadap pembaharuan.

- b. Mendidik, masih bersama dengan fungsi informasi, informasi disampaikan secara edukatif sebagai fungsi mendidik. Bertebarananya suatu berita dapat memperkaya informasi yang disampaikan dengan meningkatkan kecerdasan dan pekerti masyarakat terhadap media massa. Bahkan dalam media secara langsung digunakan dan dimanfaatkan sebagai sarana pemebelajaran dan pendidikan seperti sekolah, kuliah jarak jauh.
- c. Hiburan, dalam media elektronik media menjadi fungsi paling tinggi. Karena memberikan suatu hiburan biasanya menampilkan gambar ataupun teka-teki dan cerita bergambar agar menarik dan menjadi ciri-ciri sebagai hiburan. Pada fungsi hiburan jurnalisme media massa tampak jelas menggunakan konten sebagai media hiburan.
- d. Pengawasan atau kontrol sosial, menurut lasswel komunikasi massa memiliki sebuah pengawasan dengan arti memberikan pengumpulan dan penyebaran informasi mengenai suatu kejadian yang ada disekitar kita.

2. Strategi Komunikasi

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, strategi adalah suatu rencanakegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Menurut Onong Uchjana Effendi, dalam bukunya menyebutkan bahwa strategi komunikasi

merupakan paduan antara perencanaan dan pengelolaan supaya mencapai tujuan. Dengan kata lain, strategi komunikasi merupakan manifestasi yang diperlukan untuk mengetahui bagaimana cara berkomunikasi dengan masyarakat secara efektif. Strategi komunikasi ini perlu mempertimbangkan berbagai komponen komunikasi untuk mendukung jalannya suatu proses komunikasi yang kompleks.

Onong Uchana Effendy mendefinisikan komunikasi sebagai proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah. Dalam memudahkan untuk memahami konsep komunikasi, para ahli mencetuskan berbagai model. Satu dari beberapa model yang populer adalah model Laswell yang mana sederhana dan mudah untuk dipahami, *Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect*, siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya. Lima komponen tersebut merupakan elemen utama yang digunakan untuk mengkaji strategi komunikasi pada penelitian saat ini. Penjabaran dari lima komponen tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

1. Komunikator

Salah satu pihak untuk menjalankan proses strategi komunikasi disebut komunikator. Komunikator yang baik adalah komunikator yang bisa dipercaya oleh khalayak dan memiliki daya tarik serta kredibilitas.

2. Pesan Komunikasi

Dalam menyampaikan pesan, komunikator harus memiliki strategi komunikasi kepada khalayak untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam strategi komunikasi, perumusan pesan yang baik adalah mempertimbangkan suatu kondisi khalayak dan mencapai pada sasaran khalayak.

3. Media Komunikasi

Telah kita ketahui media komunikasi adalah alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi. Hadirnya internet membuat media komunikasi lebih modern demi mencapai tujuan strategi komunikasi, kita perlu mempertimbangkan pemilihan media guna menyesuaikan pesan yang akan disampaikan dan teknik komunikasi apa yang akan digunakan.

4. Khalayak Sasaran

Dalam mengidentifikasi sasaran, komunikator perlu memahami(kebutuhan) khalayak sasaran untuk dapat disesuaikan dengan tujuan komunikasi. Untuk melakukan identifikasi sasaran perlu diketahui oleh komunikator dengan menyesuaikan tujuan komunikasi.

5. Efek atau Pengaruh

Efek atau pengaruh adalah suatu perubahan tindakan yang diterima oleh penerima pesan terhadap perubahan sikap, pengetahuan, dan tingkah laku seseorang.

Dalam tahap strategi komunikasi harus memberikan kesatuan, memberikan arah yang bertujuan mendapatkan perubahan proaktif yang diperlukan untuk membentuk masa depan dalam sebuah organisasi dan suatu lembaga. Strategi komunikasi juga bertujuan sebagai berikut menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnet:

- a) ***To secure understanding***, untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi. Semisal sudah diterima dan dimengerti, maka penerimanya itu harus dibina.
- b) ***To establish acceptance***, bagaimana cara penerimaan harus dibina dengan baik.
- c) ***To motive action***, yaitu panggilan untuk memberikan semangat dan motivasi.¹⁷

Pembahasan mengenai komunikasi tidak hanya dilakukan oleh parapeneliti terdahulu saja, tetapi di dalam Al-Qur'an juga terdapat beberapa ayat yang membahas tentang komunikasi salah satunya adalah yang tercantum dalam surah Ar-Rahman ayat 1-4. Artinya: "Allah yang Maha Pengasih, yang mengajarkan Al- Qur'an, Dia menciptakan manusia, mengajarnya pandai berbicara".¹⁸

Manusia merupakan makhluk ciptaan Allah SWT dimuka bumi sebagai makhluk paling sempurna dan memiliki potensi yang tidak dimiliki makhluk lain yakni potensi berkomunikasi. Ayat diatas sudah menjelaskan bahwa salah satu kesempurnaan manusia yang dituliskan dalam

¹⁷ Onong Uchjana Efendi, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Rosda, 2007), hlm.32.

¹⁸ QR. Ar-Rahman (55) : hlm. 1-4.

Al-Qur'an surah Ar-Rahman ayat 3-4 "Khalaqal Insaan, 'allamahulbayan' artinya" 'Dia (Allah) yang menciptakan manusia, mengajarnya pandai bicara'. Ayat ini juga dijelaskan dalam buku Quraish Shihab dalam tafsir Al- Misbah. Dijelaskan bahwa potensi al-bayan melekat pada diri manusia hal ini membuat manusia dapat hidup bersama dalam kehidupan sosial. Hal ini dikarenakan dengan potensi al-bayan, manusia memiliki potensi melahirkan suara dan memiliki makna yang disepakati bersama. Sehingga menciptakan perasaan saling pengertian untuk saling berhubungan dalam menciptakan komunitas kehidupan sosial.¹⁹ Sejalan dengan strategi yang sudah dimuat Al-Qur'an bisa menjadi sebuah acuan dalam berkomunikasi atau berinteraksi dengan seluruh aparatur Radio.

3. Konsep

a. Strategi

Strategi memiliki berbagai macam pengertian yang dituangkan oleh para ahli dalam bentuk buku karya mereka. Ramli R. Merta Wijaya mengartikan strategi sebagai cara yang ditetapkan terlebih dahulu, yang dilakukan perusahaan guna berjalan menuju kearah global yang menyangkut finansial, operasi dan aspek sosial perusahaan.¹⁸ Tidak jauh berbeda dengan pengertian sebelumnya, menurut Onong Uchjaya Effendy, pengertian strategi yaitu perencanaan dan menejemen untuk mencapai suatu tujuan yang dicapai.²⁰

¹⁹ M.Quraish Shihab, Tfsir Al-Misbah : Pesan dan Kesan dalam Al-Qur'an. Vol. 13 (Jakarta : Lentera Hati 2003) hlm. 495.

²⁰ Ramli R. Merta Wijaya, *Strategi Pengendalian Administratif*, (Bandung: Aksara, 1991), hlm. 7.

Definisi para ahli di atas menjabarkan bahwasanya strategi memiliki beberapa point. Point pertama, yaitu sesuatu yang ingin dicapai, kedua, menentukan anggota dan kegiatan yang akan dilaksanakan untuk menentukan peluang dan tantangan lingkungan saat meraih keunggulan, ketiga, mematangkan segala sesuatu yang sudah dipilih agar bisa mencapai tujuan.

Secara istilah strategi berasal dari bahasa Yunani “Stratego” yang terdiri dari kata “strato” yang artinya tentara dan “ego” yang artinya pemimpin. Dalam pengertiannya strategi dapat bermakna sebagai siasat atau cara dalam mencapai suatu tujuan. Maka strategi dapat diartikan sebagai serangkaian kata umum yaitu sebagai cara yang dilakukan dalam menghadapi musuh di medan pertempuran.²¹

Maka dari itu dapat peneliti simpulkan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan organisasi dalam jangka waktu panjang, program tindak lanjut, juga prioritas alokasi sebagai sumber daya dengan mempertimbangkan segala sesuatu untuk mencapai segala tujuan.²² Strategi juga memiliki proses penerapan tahapan untuk mencapai segala tujuannya, diantaranya:

1) Perumusan Strategi

Untuk menyusun suatu strategi, langkah awal yang dilakukan yaitu membuat perumusan strategi yang di dalamnya

²¹Onong Uchjaya Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991), hlm. 31.

²² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Sinar Utama, 1997), hlm. 2.

mencakup segala sesuatu yakni.²³

- a) Visi dan misi sarana mencapai tujuan.

Visi menjadi langkah awal untuk tercapainya perumusan strategi dan misi menjadi pelengkap visi yaitu kegiatan untuk mencapai tujuan tersebut.

- b) Identifikasi peluang dan ancaman eksternal

Untuk membangun suatu bisnis, perlu adanya identifikasi peluang dan ancaman berupa peristiwa, ekonomi, trend, sosial, budaya, lingkungan, pemerintahan, hukum dan teknologi yang bisa menguntungkan dan merugikan di masa yang akan datang.

- c) Mengetahui kekuatan dan kelemahan internal

Mengetahui kekuatan dan kelemahan internal adalah segala aktivitas yang dilaksanakan entah baik atau buruk yang di dalamnya berupa kegiatan manajemen, pemasaran, produksi dan penelitian pengembangan, disertakan sistem informasi manajemen di setiap perusahaan.

- d) Memiliki plan strategi lain.

Adanya plan strategi lain bisa menjadi langkah untuk menggerakkan perusahaan dari posisi sekarang menuju

²³ Fred David, *Manajemen Strategis: Konsep-konsep*, (Jakarta: Indeks, 2004), hlm. 6.

posisi yang lebih dicita-citakan dimasa yang akan datang.

Penerapan ini juga diikuti peranan sebelumnya untuk mensukseskan strategi yang digunakan oleh perusahaan.

- e) Memilih strategi yang ditentukan untuk digunakan.

Memilih strategi adalah hal terpenting untuk menjalankan sebuah tugas dari perencanaan, yaitu mempertimbangkan kelebihan, kekurangan, biaya, diskusi dan manfaat dari semua strategi.

Dari beberapa langkah perumusan strategi di atas bahwasannya strategi tidak akan berjalan dengan sempurna jika langkah dari perumusan tidak dilaksanakan. Suksesnya sebuah bisnis adalah memiliki strategi yang memumpuni tujuan sebuah perusahaan.

2) Pelaksanaan Strategi

Pada tahap pelaksanaan strategi, tahapan ini merupakan tahapan atau tindakan yang terbilang sulit karena memerlukan komitmen, kedisiplinan dan suatu pengorbanan. Kesuksesan perumusan strategi juga tidak akan berhasil apabila pelaksanaan strategi tidak dilakukan.²⁴

Dalam pelaksanaan strategi, di dalamnya sudah harus menyiapkan berbagai tujuan yaitu tujuan tahunan, tujuan menentukan kebijakan, menyiapkan sumber daya, mencocokkan

²⁴ *Ibid.*, hlm 6.

manajer dengan strategi, mengembangkan budaya yang mendukung strategi, menyesuaikan proses produksi dan mengembangkan fungsi sumber daya manusia yang efektif. Oleh karena itu, kesiapan dalam pelaksanaan strategi adalah harus membangun kedisiplinan dan komitmen.

3) Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi yaitu proses penilaian kinerja yang digunakan untuk mengetahui keefektifan kerja dalam mencapai tujuan. Dalam pengupayaan evaluasi strategi, dilakukan melalui tiga aktifitas, diantaranya:²⁵

a) Meninjau ulang aspek internal dan eksternal, Sebagai

indikator perumusan yang diterapkan sampai saat ini. Mempertimbangkan aspek internal dan eksternal yang dapat menghambat suatu strategi perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang dan tahunan. Aspek eksternal seperti pesaing, perubahan teknologi, perubahan ekonomi, pergeseran demografi dan perubahan tindakan pemerintah dapat mempersulit tercapainya tujuan. Sementara itu aspek internal seperti strategi, yang dipilih tidak sesuai dengan perusahaan sehingga aspek ini juga menghambat tercapainya tujuan.

²⁵ Miftahuddin, *Perencanaan Strategis bagi Organisasi Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), hlm. 190.

b) **Mengukur kapasitas**, dengan mengukur kapasitas kita bisa mengukur hasil yang diterapkan dengan hasil sebenarnya, dan menyelidiki penyimpangan dari rencana, mengevaluasi kapasitas individu, dan meninjau kemajuan yang sudah disesuaikan dengan tujuan keberhasilan.

c) **Bersifat korektif**, perusahaan yang memiliki sifat korektif akan perubahan reposisi bisa mengikuti daya saing terhadap eksistensi baru. Penempatan pada posisi yang lebih bermanfaat dapat meningkatkan kekuatan internal dan mendapatkan peluang lebih pada kekuatan eksternal. Sehingga dapat mengurangi dan memaksimalkan ancaman dan memperbaiki kelemahan internal.

Ketiga aktivitas yang sudah dijabarkan di atas merupakan suatu aktivitas strategi yang harus dilakukan untuk keberhasilan yang dicita-citakan. Selain itu, strategi yang efektif juga dipertimbangkan guna membangun kekuatan dan mengambil keuntungan sesuai dengan isu yang akan dipecahkan untuk menjadi lebih baik.

b. Pengertian Komunikasi

Menurut KBBI komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi dan berita kepada dua orang atau lebih sehingga pesan yang disampaikan bisa dipahami. Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa latin "*communicare*" yang berarti "menyampaikan". Edward Depari menegaskan komunikasi adalah

suatu proses penyampaian ide, harapan dan pesan yang disalurkan untuk memberikan sebuah makna yang dilakukan oleh pengirim kepada penerima.²⁶

Adapun menurut Shanono dan Weaver, komunikasi merupakan suatu bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja, dan tidak terbatas. Sejalan dengan pendapat Shanono dan Weaver, Richard L. Wisemen mengungkapkan bahwa komunikasi adalah proses yang melibatkan dalam pertukaran-pesan dan penciptaan sebuah makna. Makna yang di dalamnya ada pesan yang tersampaikan secara efektif, seperti apa yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.²⁷

Saat terjadinya komunikasi langsung, ada enam proses komunikasi yang telah disebutkan oleh Denis McQuail diantaranya:

a) Komunikasi Intra-pribadi

Berlangsungnya komunikasi ini dilakukan oleh diri sendiri, yaitupengolahan informasi yang di dapat melalui pancaindra, seperti berfikir, merenung, menulis, dll.

b) Komunikasi Antar-pribadi

Berlangsungnya komunikasi ini dilakukan oleh dua orang secaratatap muka atau melalui media seperti via telepon.

²⁶ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Keempat*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2019), hlm. 17.

²⁷ Ali Nurdin, dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi: Buku Perkuliahan Program S-1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya*, (Sidoarjo: CV Mitra Media Nusantara, 2013), hlm. 6-7.

c) **Komunikasi Kelompok**

Berlangsungnya komunikasi ini dilakukan oleh kelompok atau lebih dari dua orang yang sifatnya terbuka dengan tingkatan setiap individu yang di dalamnya memiliki sebuah peran kedudukan seperti, guru dan murid atau orang tua dan anak.

d) **Komunikasi Organisasi**

Berlangsungnya komunikasi ini dilakukan oleh antar organisasi, tidak jauh beda dengan komunikasi kelompok, yang bersifat lebih formal dan mengutamakan prinsip-prinsip efisiensi untuk mencapai tujuannya.

e) **Komunikasi Massa**

Berlangsungnya komunikasi ini dilakukan kepada masyarakat luas menggunakan media massa seperti surat kabar, radio, televisi, dll.²⁸

Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek yaitu menurut pelaksanaannya dan menurut bentuk

isinya. Menurut cara pelaksanaannya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk:

- a) **Metode *Canalizing*** yaitu metode yang mana komunikator terlebih dahulu mengenal khalayaknya dan mulai menyampaikan ide sesuai dengan kepribadian, sikap dan motif khalayak.

²⁸ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Keempat*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2019), hlm. 17.

b) **Metode Redundancy** yaitu metode yang mana cara mempengaruhi khlayak menggunakan jalan mengulang pesan kepada khalayak. Maka pesan yang diulang juga akan menarik perhatian. Selain itu khalayak juga akan mudah teringat dengan pesan yang disampaikan secara berulang.

Sedangkan pada bentuk isinya metode komunikasi diwujudkan dalam bentuk:

a) **Metode Informatif**, pada metode ini dunia publistik yaitu komunikasi massa yang dikenal salah satu bentuk pesan yang bersifat informative seperti, bentuk isi pesan, dengan tujuan memberikan pengaruh kepada khalayak dan jalan penerangan. Tujuan memberikan penerangan berarti yang susai dengan fakta dan data-data yang sudah benar.

b) **Metode Edukatif**, yaitu untuk mewujudkan bentuk pesan yang berisi pendapat, fakta dan pengalaman yang dibenarkan dan dipertanggung jawabkan. Penyampaian pesan inilah disusun secara teratur dan berencana dengan tujuan mengubah perilaku khalayak.

c) **Metode Koersif**, metode ini menggunakan jalan pemaksaan dalam menerima gagasan dan ide, karena pesan dari komunikasi, selain berisi pendapat juga berisi

ancaman.

- d) **Metode Persuasif**, cara ini merupakan suatu metode dalam mempengaruhi komunikasi, dengan tidak terlalu banyak berpikir kritis.²⁹

c. Dakwah

Menurut bahasa Arab, dakwah berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang memiliki arti memanggil, mengajak dan menyeru. Dakwah memiliki arti suatu proses penyampaian (tabligh) pesan tertentu yang berupa ajakan dan seruan bertujuan mengajak kebaikan. Pengertian dakwah adalah proses penyampaian (tabligh) pesan tertentu yang berupa ajakan dan seruan bertujuan mengajak kebaikan.³⁰

Di dalam Al-Quran, kata *da'a* pertama kali dipakai dengan makna mengadu (meminta pertolongan kepada Allah SWT) yang diucapkan oleh Nabi Nuh AS. Kata ini ditafsirkan memohon pertolongan kepada Tuhan yang pelakunya adalah kaum muslimin. Berbeda dengan kata *yad'u* pertama kali dipakai dalam Al-Quran untuk mengajak ke neraka yang mana pelakunya adalah syaitan. Namun, dalam ayat lain kata *yad'u* juga diartikan mengajak ke surga yang pelakunya adalah Allah SWT.

Adapun kata *da'watan* atau dakwah, digunakan pertama kali dalam Al-Quran yang berarti seruan yang dilakukan oleh para Rasulullah.

²⁹ Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Sukses Bisnis Bank*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2024), hlm. 18.

³⁰ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), cetakan ke-2 hlm. 31.

Namun, kata *da'watan* juga disertai fiil (*da'akum*) atau kata kerja yang mana Tuhanyang memanggil. Kata tersebut merupakan permohonan dengan bentuk doaterhadap Tuhan dan dijanjikan terkabulnya dengan unsur *Da'i* (Subjek Dakwah) dan *Mad'u* (Objek Dakwah).

Dakwah merupakan langkah strategi untuk mengubah suatu keadaan masyarakat ke arah yang lebih baik dalam konsep Islam. Dengan kata lain, dakwah harus mampu menawarkan suatu model yang ideal dan dapat bersikap responsif terhadap berbagai perubahan. Menurut Khamad, masa depan agama Islam bagaimanapun sangat ditentukan oleh sejumlah kemampuan umat Islam dalam merespon secara tepat untuk mengikuti perubahan yang lebih modern. Dan perubahan sejarah pun terjadi di era modern. Seperti saat ini, keharusan para pelaku dakwah dalam membaca dan memahami karakteristik pada suatu zaman merupakan hal yang tidak dapat diabaikan. Kemampuan itu diperlukan untuk memahami adanya indikasi perubahan yang mendasar, tidak hanya dalam konteks kultural dan sosial keagamaan, tetapi juga dalam korelasinya dengan perubahan dan perkembangan teknologi komunikasi yang luar biasa.³¹

d. Radio

Radio merupakan teknologi komunikasi memakai gelombang radio, yang mana gelombang radio adalah gelombang elektromagnetik dengan frekuensi antara 3 hertz (Hz) sampai 300 gigahertz (GHz) yang merupakan hasil dari perangkat elektromagnetik yang biasa disebut

³¹ Enjang Muhaemin, "*Dakwah Digital Akademisi Dakwah*", Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies, (vol, 11: 2 2017), hlm. 341-356.

pemancar dan saling terhubung ke antena dan memancarkan energi listrik yang beresilasi yang sering disamakan sebagai gelombang.

Radio merupakan media massa satu arah yang berguna untuk menyampaikan pesan berita, informasi, dan hiburan yang dapat dinikmati masyarakat dari jangkauan luas. Radio telah mengalami kemajuan dengan proses waktu yang lama, sebelum menjadi media komunikasi massa seperti saat ini.

Negara Amerika menjadi negara awal berkembangnya radio pada tahun 1906 dengan pengembangan penemuan Marconi oleh Lee de Forest. Penemuan tersebut telah dianggap sebagai pelopor radio dan dijuluki sebagai *the father of radio* yang mana radio mulai berkembang sangat pesat.

Dalam KBBI, radio adalah salah satu media siaran (pengiriman) dengan suara atau bunyi melalui udara dan tanah. Untuk mengirimkan pesan atau informasi yang disampaikan, radio teknologi komunikasi menggunakan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik yang mana gelombang elektromagnetik ini merambat pada tanah dan udara yang bisa menyebar dengan jangkauan yang luas. Media massa radio juga termasuk media massa auditif yang bisa dikonsumsi telinga walau hanya dinikmati hanya sebatas tetapi pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh pendengar.³²

21. ³² Asep Syamsul M. Romli, *Dasar-dasar Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2009), hlm.

Seiring berjalanya waktu, radio tidak hanya sebagai media hiburan dan informasi saja, semakin berkembang teknologi, radio pun ikut berkembang yaitu menambah program radio yang beragam seperti program drama, komedi, musik, dan berita.

Setelah berkembangnya teknologi dan ditemukan internet, radio pun ikut berevolusi. Yang mana saat ini sudah ada radio *streaming*. Yang prinsipnya tidak jauh berbeda dengan radio konvensional. Hanya saja, gelombang suara sama-sama ditransmisikan dengan medium yang berbeda. Pada prinsip ini akan memberikan peluang siaran radio *streaming* yang dapat terdengar ke seluruh dunia, dengan alat bantu internet. Akses yang lebih luas dan lebih mudah dijangkau, membuat banyak radio di Indonesia mengolaborasikan sistem radio analog dengan radio internet.

Didukung program acara yang disiarkan, radio harus memiliki kecepatan saat memberikan suatu berita juga informasi karena radio masih diakui hingga sekarang. Dengan karakteristik radio yang menarik akan menjadi pembeda dari media lainnya, yang diantaranya:

- 1) **Auditori**, suara radio yang didengar tidak dapat diulang.
- 2) **Theatre of mind**, siaran radio yang memberikan imajinasimelalui kata dan suara.
- 3) **Transmisi**, informasi yang tersampaikan, disampaikan melalui pemancar transmisi.

- 4) **Mengandung gangguan**, sering kali radio mengalami gangguan teknis, yang membuat siaran tidak menampilkan secara maksimal.
- 5) **Identik dengan musik**, karakteristik menarik dari radio yaitu pendengar tidak mengetahui urutan lagu yang diputarkan.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ini digunakan karena untuk menjawab pertanyaan penelitian yang menuntut deskripsi yang lebih detail, mendalam dan terperinci. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi karena melihat secara langsung dan memeriksa obyek, mengekspos gambaran luas dan fenomena yang terjadi dalam lapangan.

Peneliti mengambil metode ini, karena ingin memeriksa informasi pada sekelompok manusia atau obyek, dengan sistem pemikiran atau peristiwa pada masa sekarang. Bukan hanya itu, alasan peneliti memilih pendekatan fenomenologi adalah karena penelitian kualitatif bersifat deskriptif.

Menurut Sugiyono, metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan secara lebih luas. Pada jenis penelitian ini mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat beserta tata cara yang berlaku di dalamnya seperti situasi tertentu, termasuk tentang hubungan kegiatan, sikap, pandangan serta

proses yang berlangsung yang biasa disebut fenomena. Peneliti juga menggunakan pendekatan sosiologis karena dalam strategi mempertahankan eksistensi dari lembaga dan pengetahuan tentang gejala yang ada dalam masyarakat sangat diperlukan. Dengan pendekatan itu juga salah satu ilmu mempelajari tentang kehidupan dan bersosial.

Adapun menurut Sugiono ciri-ciri dari pendekatan metode kualitatif ada 4, yaitu:³³

Tabel 1. Metode Penelitian menurut sugiyono

1	Objek dan alamiah	Obyek yang berkembang apa adanya dan tidak dimanipilatif.
2	Instrument	Human interest atau peneliti sendiri.
3	Pengambilan sumber data	Pengambilan data secara purposive dan teknik triangulasi, pengumpulan data secara gabungan.
4	Analisis data	Dengan analisis mendalam yang memiliki suatu makna.

Sumber : olahan peneliti 10 agustus 2024

Jenis penelitian ini yaitu penelitian fenomenologi yaitu studi tentang pengalaman hidup seseorang atau metode untuk mempelajari bagaimana individu secara subjektif merasakan pengalaman dan memberikan makna dari fenomena tersebut. Dengan kehadiran peneliti hadir dilokasi

³³ *Ibid.*, hlm. 24.

merupakan kunci untuk mendapatkan data yakni dengan mengamati fenomena yang terjadi di lembaga Radio Manggala Kudus.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini diambil dilokasi yang digunakan saat peneliti di Radio Manggala 100.4 FM Station Jl. Raya Pati- Kudus, Ngembalrejo, Kec. Bae, Kab Kudus, Jawa Tengah 59341. Sedangkan waktu penelitian dilakukan sejak penyusunan proposal sampai batas waktu skripsi selesai.

3. Subyek dan Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subyek penelitian Alfiyan merangkap sebagai Manager Station, Bidang Acara Radio, Ketua Bidang Siaran, dan Nurul Azizah selaku penyiar Radio Manggala Station Kudus sebagai sumber penelitian, sedangkan obyek dalam penelitian ini yaitu Strategi Komunikasi Dakwah Radio Manggala Kudus dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital.

4. Data dan Sumber Data

Data merupakan kumpulan informasi atau keterangan dari suatu hal yang didapatkan dari pengamatan atau pencarian sumber tertentu. Data dibagi menjadi 2 yaitu:

a) Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan pertama kali dari suatu pengalaman atau bukti pribadi. Data primer kerap kali diandalakn pada penelitian, karena bersifat valid dan objektif. Selain itu data primer masih berupa data mentah dan informasi baru. Yang

mewawancarai Alfiyan selaku manager station, Humas, dan penjab acara dan Nurul Azizah selaku penyiar. Mereka yang akan menjadi narasumber penelitian ini selama dilokasi.

b) Data Sekunder

Penelitian ini juga menggunakan sumber data sekunder diperoleh dari data-data yang berhubungan dengan penelitian. Data tersebut diperoleh dari beberapa sumber lain, berupa buku dan penelitian terdahulu. Diantaranya berupa buku tentang manajemen penyiaran, buku tentang radio, skripsi radio dan eksistensinya di era digital, jurnal tentang radio dan eksistensinya di era digital.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, data diperoleh dari penelitian lapangan dengan turun langsung ke tempat penelitian menggunakan:

a) Observasi

Observasi menjadi kegiatan yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk menjawab masalah penelitian.³⁴ Pada teknik ini peneliti mempelajari sebuah aktifitas pemantauan yang dikerjakan secara langsung di lapangan untuk memperoleh data dari narasumber. Dengan melibatkan peneliti berada di lapangan akan memudahkan peneliti mendapatkan jawaban dari permasalahan yang dicari. Untuk membantu peneliti dalam

³⁴ Siti Mania, “*Metodologi Penelitian dan Sosial*” (Makassar: Alauddin University Press, 2013).

mengobservasi kegiatan tersebut yang dilakukan secara online maupun kegiatan offline, peneliti menggunakan daftar periksa kegiatan siaran, skala penilaian dalam pengemasan program acara dan catatan jadwal siaran sebagai panduan kegiatan di Station Radio Manggala 100.4 FM Kudus. Observasi dilakukan peneliti dari tahun 9 oktober 2023 saat di Radio Manggala Kudus.

b) Wawancara

Selanjutnya, dilakukan sebuah wawancara mendalam sebagai proses tanya jawab yang berlangsung secara lisan antara dua orang atau lebih dan bertatap muka di mana peneliti dapat mendengarkan, mencatat dan merekam secara langsung informasi-informasi atau keterangan secara mendalam dan detail.³⁵ Menurut sugiyono, wawancara mendalam merupakan metode pengumpulan data yang berguna untuk mengidentifikasi permasalahan yang perlu diteliti serta untuk mendapatkan pemahaman yang lebih terstruktur tentang pandangan dan tingkah laku partisipan. Dalam wawancara ini, peneliti ingin mengeksplor lebih dalam kepada tiga divisi, Direktur, Divisi Program, Humas dan 2 penyiar.

c) Dokumentasi

Pengumpulan data dokumentasi dimaksud untuk melengkapi data dari hasil observasi dan wawancara. Dengan sumber data yang stabil

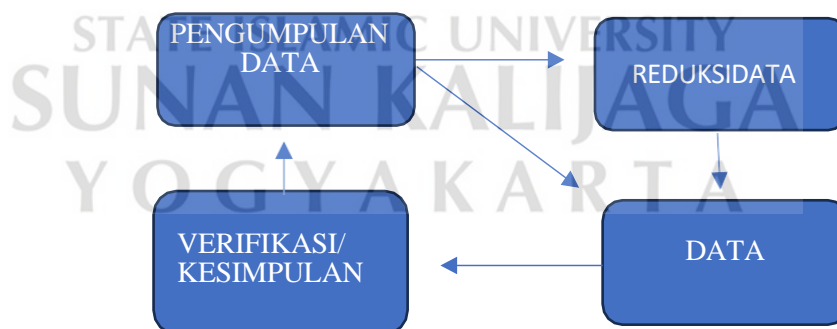
³⁵Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta Prenadamedia, 2014), hlm. 407-409.

akan menunjukkan suatu fakta yang telah berlangsung dan lebih memperjelas dari mana informasi itu di dapatkan. Peneliti mengabadikannya dalam bentuk dokumen, yaitu foto dan data yang relevan. Di sini, peneliti memerlukan jadwal siaran on air, foto kondisi studio Radio Manggala Station Kudus, Profil Radio Manggala Kudus, Struktur Organisasi, dan data keseluruhan program on air maupun off air.

6. Teknik Analisis Data

Pada dasarnya, analisis data adalah kegiatan mencari kebenaran dari masalah. Mencari kebenaran ini melalui kegiatan pengumpul fakta-fakta, menganalisisnya, menginterpretasikan, dan menarik kesimpulan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis dari Miles dan Huberman yang menyebutkan bahwa aktivitas analisis kualitatif bisa dilakukan dengan interaktif dan langsung secara terus menerus hingga selesai. Analisis data model Miles dan Huberman yakni:³⁶



³⁶ MuriYusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta Prenadamedia, 2014), hlm. 407-409.

a) Reduksi Data

Dalam menganalisis data, peneliti memiliki sistem mentranskrip data, memberi kode, dan membuat tema yang akan dikembangkan dalam penelitian saat ini. Pada proses ini, peneliti juga melakukan reduksi data yang merupakan suatu bentuk mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan mengorganisasikan data mentah yang nantinya akan digambarkan dan diverifikasi pada kesimpulan akhir. Sehingga data yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti dalam tahapan analisis selanjutnya.

b) Penyajian Data

Setelah reduksi data, tahapan analisis selanjutnya adalah penyajian data, yang merupakan kumpulan informasi yang terstruktur dengan mengambil sebuah kesimpulan dan tindakan. Dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menyajikan data dalam bentuk narasi sehingga data yang disajikan dapat mudah dipahami.

c) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Pada tahapan terakhir, menarik kesimpulan diartikan sebagai wujud kebenaran yang dicari. Dimana penarikan kesimpulan yang mulanya bersifat sementara sampai menemukan bukti atau fakta yang dapat mendukung saat penggabungan data berikutnya. Data kualitatif ini merupakan data yang paling banyak ditemui yang berbentuk kata-kata, kalimat dan narasi dan menyusun secara

sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi memasukan sesuai kategori, menyusun kedalam pola dan menjabarkan secara rinci.

Maka untuk mengkaji strategi komunikasi pada penelitian ini, perlu verifikasi agar dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya kesimpulan tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi. Menurut sugiyono, triangulasi tidak digunakan ketika mengecek keabsahan data, melainkan menambah wawasan peneliti sebagai bahan data yang sudah didapatkan. Sehingga dalam kesempatan ini, peneliti memakai bentuk teknik ini sebagai sumber cara mengumpulkan data dan mencocokanya dengan rekaman wawancara sebagai pelengkap dalam penggalan informasi dan fakta. Yang mana peneliti juga memakai lima komponen dari model komunikasi Lasswell, komunikator, pesan komunikasi, media komunikasi, sasaran khalayak, efek atau pengaruh, sebagai pelengkap dalam pesan yang disampaikan.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang dikatakan yaitu untuk mempermudah para pembaca dalam memahami isi yang ada di dalamnya terdiri dari:

Bab I : Pendahuluan. Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II : Gambaran Umum. Bab ini berisi tentang instansi yang akan diteliti dan sejarah instansi, staf-staf, struktur organisasi, segmentasi dan sarana prasarana, aplikasi streaming, digital marketing.

Bab III : Pembahasan. Bab ini berisi tentang Strategi Radio Manggala Kudus Menerapkan Metode dalam mempertahankan eksistensi di era digital dan Hasil Strategi Komunikasi Radio Manggala Kudus dalam mempertahankan eksistensinya sebagai radio swasta.

Bab VI : Penutup. Pada bagian ini akan membahas rangkuman dari penelitian dan dilengkapi dengan rekomendasi. Dibagian akhir juga terdapat daftar pustaka, lampiran dan data hasil wawancara.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi Radio Manggala Kudus Menerapkan Metode dalam mempertahankan eksistensi radio swasta, menggunakan dua metode yaitu aplikasi streaming dan digital marketing yang bertujuan agar tidak tertinggal oleh perkembangan zaman dan dengan adanya digital marketing yang mampu menopang penghasilan dari Radio Manggala Kudus sebagai radio swasta dapat mampu bertahan sampai saat ini.
2. Hasil Strategi Komunikasi Dakwah Radio Manggala Kudus dalam mempertahankan eksistensinya sebagai radio swasta, menggunakan tiga tahapan yang pertama ada perumusan strategi dengan mengikuti visi dan misi yang sudah ditetapkan, kedua ada pelaksanaan strategi menggunakan metode persuasif, informatif dan edukatif, dan terakhir ada strategi evaluasi yang selalu dilakukan setiap seminggunya, sebulan dan setahun.

B. Saran

Berdasarkan tahapan-tahapan yang dilalui dalam penulisan dan penelitian, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut. Perlu adanya peningkatan alat-alat radio yang modern dan mengikuti gaya radio swasta dan digital marketing sesuai dengan era saat ini. Bagi studi selanjutnya bisa menjadi tuntunan dalam melakukan penelitian di radio swasta lainnya.

Daftar Pustaka

Buku

- Akhyar Abdullah, dkk, *Membangun Loyalitas Sumber Daya Manusia* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2021), hlm. 107.
- Asep Syamsul M. Romli, *Dasar-dasar Siaran Radio*, (Bandung: Nuansa, 2009), hlm 21.
- Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Keempat*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2019), hlm. 17.
- David, Fred, *Manajemen Strategi: Konsep-konsep*, (Jakarta: Indeks, 2004), hlm 6.
- Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data* (Jakarta: Raja Grafindo, 2011). 20-21.
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Sinar Utama, 1997), hlm. 2.
- Fred David, *Manajemen Strategis: Konsep-konsep*, (Jakarta: Indeks, 2004), hlm. 6.
- Isbandi Rutminto Adi, *Kesejahteraan Sosial: Pekerja Sosial, Pembangunan Sosial dan Kajian Pembangunan*, (Jakarta: PT. Raja Grapindo Persada, 2012), hlm. 50.
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group, 2006).
- Mubarok, Made Dwi Andjani, *Komunikasi Antarpribadi dalam Masyarakat Majemuk*, (Makasar: Dapur Buku, 2014), hlm. 23-24.
- Masduki, *Jurnalistik Radio*, (Yogyakarta: LKiS, 2001), cet. Ke-1. 2.
- Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: Pustaka Populer LKIS, 2005), hlm.69.
- Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Penerbit Ghalia Indonesia, 2013), 82.
- Mania, Sitti, *Metodologi Penelitian dan Sosial* (Makassar: Alauddin University Press, 2013).
- M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan dan Kesan dalam Al-Qur'an*. Vol 13.(Jakarta: Lentera Hati.2003), hal 495.
- Miftahuddin, *Perencanaan Strategis bagi Organisasi Sosial*, (Yogyakarta: PustakaPelajar, 1999), h. 190.
- Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta Prenadamedia, 2014), hlm. 407-409.
- Nurdin, Ali dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi: Buku Perkuliahan Program S-1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan*

- Ampel Surabaya*, (Sidoarjo: CV Mitra Media Nusantara, 2013), hal. 6-7.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA), hlm. 191-192.
- QS. Ar-Rahman [55] : 1-4.
- Rutminto, Isbandi Adi, *Kesejahteraan Sosial: Pekerja Sosial, Pembangunan Sosial dan Kajian Pembangunan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 50.
- Ramli R. Merta Wijaya, *Strategi Pengendalian Administratif*, (Bandung: Aksara, 1991), hal. 7.
- Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Sinar Utama, 1997), hal. 2.
- Syamsul, Asep, M. Romli, *Dasar-dasar Siaran Radio* (Bandung: Nuansa, 2009), Hlm 21.
- Tasmara, Toto, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), cet-2.31.
- Triartanto, A. Ius Y, *Broadcasting Radio*, (Yogyakarta: Pustaka, 2010), hal. 96.

Jurnal

- Aji, Rustam, “*Digitalisasi, Era Tantangan Media (Studi Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyongsong Era Digital)*”, *Islamic Communication Jurnal*. Vol 01, No 01, Mei-Oktober 2016.
- Apriadi, “*Strategi Komunikasi Humas Dalam Mempertahankan Citra Positif Akibat Kasus Korupsi APBD Di DPRD Sumatra Utara*”. (Skripsi mahasiswa fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area 2023).
- Ayu Pratiwi, Wulan, “*Strategi Komunikasi Radio Duta Nusantara FM Ponorogo Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital*”. Skripsi mahasiswa fakultas ushuluddin adab dan dakwah IAIN Ponorogo, 2023.
- Bustanol Arifin, “*Strategi Komunikasi Dakwah Da’I Hidayatullah Dalam Membina Masyarakat Pedesaan*”. (vol 2:2 2018).
- Corry Novrica AP Sinaga, “*Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya*”. *Jurnal Interaksi*. Vol. 1 No. 1, Januari 2017, 1-16.
- Enjang Muhaemin, “*Dakwah Digital Akademisi Dakwah*”, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, (vol, 11: 2 2017), hlm. 341-356.
- Mustofa Hilmi, dkk, “*Strategi Komunikasi Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah dalam Mempertahankan Eksistensi di Kota Semarang*”. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* Vol. 8, no.2 (Agustus 2022).

Mutwiri Mutunga, Isaac, dkk, “*Mengembangkan Industri Penyiaran Melalui Glokalisasi dan Hibridisasi*”. Jurnal Komunikasi Islam Vol 09, No 01, Juni2019.

Munggaran, Dhea Nurfadillah, dkk, *Strategi Komunikasi PT. Media Online Bengkulu Dalam Proses Penyajian Informasi Melalui Akun Instagram @BENGKULUEKPRESSDOTCOM*, e-Proceeding of Management : Vol.8,No.5 Oktober 2021, hal 7381.

Mehaemin, Enjang, *Dakwah Digital Akademisi Dakwah*, Ilmu Dakwah: AcademicJournal for Homiletic Studies Vol. 11, No.2 (2017) 341- 356.

Retna Dwi Estuningtyas, *Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi*. (Muttaqien: Vol. 2:1 Januari 2021). hlm. 75-86.

Sabilah, Neisya Ghassani, *Strategi Komunikasi Radio Fajri 99,3 FM Bogor Dalam Mempertahankan Citra Radio Dakwah*. Skripsi mahasiswa fakultas ilmu dakwah dan ilmu komunikasi UIN Jakarta, 2018.

Siti Mania, “*Metodologi Penelitian dan Sosial*” (Makassar: Alauddin University Press, 2013).

Tresna Yumiana dan Kartini Rosmalah, “*Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya*”, Jurnal makna volume 4, No. 1 (Maret, 2019), hlm. 144.

Usfiyatul Marfu’ah, “*Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural*”. (Islamic Comunication Journal: Vol 2:2 Juli- Desember 2017).

Winda Kustiawan dkk, “*Strategi Most FM dalam mempertahankan eksistensi di era digital*”. (Edu Society: Jurnal Pendidikan, ilmu sosial dan pengabdian kepada Masyarakat, vol 2:8, medan, 2022), hlm. 814-818.

website

[https://www.nielsen.com/id/news-center/2017/tren-baru-di kalangan- pengguna internet-di-indonesia/](https://www.nielsen.com/id/news-center/2017/tren-baru-di-kalangan-pengguna-internet-di-indonesia/).

[http://repository.unpas.ac.id/56050/6/9.%20BAB% 20III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/56050/6/9.%20BAB%20III.pdf). diakses, 20 Mei2024.