

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Teknologi informasi adalah salah satu wadah untuk membawa perubahan bagi kehidupan manusia, dalam era digital ini banyak terjadi kemajuan diberbagai bidang khususnya untuk teknologi informasi. Informasi yang diperoleh masyarakat sangat berpengaruh pada kehidupan sosial dilingkungannya. Salah satu media massa yang telah berkembang baik sampai saat ini yakni radio, namun radio ataupun televisi kini sudah mulai ditinggalkan karena siaran yang ditayangkan sudah tidak semenarik dulu (Nur Fitriani, 2021). Dengan kemajuan teknologi dan berkembangnya zaman masyarakat lebih memilih untuk mengakses informasi melalui media internet seperti Youtube, Facebook dan Instagram karena lebih mampu mengakses berbagai informasi tidak hanya dari sekitar kita saja namun dari seluruh penjuru dunia kita mampu mendapatkan informasi. Dan kini *platform* untuk mendengarkan musik pun kini sudah tersedia antaranya *Spotify*, *JOOQ*, *iTune* dan semakin di *upgrade* oleh perkembangan zaman, yang terbaru kini *Podcast* dimana kita dapat mendengarkan musik dan tidak perlu khawatir untuk tertinggal nya sebuah program seperti saat mendengarkan siaran radio, dengan *platform podcast* ini kita dapat memilih tema dan juga program siaran apa yang ingin kita dengarkan dan pastinya lebih menarik dibandingkan acara radio dan televisi saat ini.

Akan tetapi meskipun radio sudah mulai ditinggalkan radio masih menjadi alat komunikasi yang efektif bagi masyarakat, diantara media yang ada seperti televisi dan media cetak, radio memiliki beberapa keunggulan dimana dapat diakses secara mudah, tidak diperlukan ketrampilan khusus dari khalayak yang ingin dituju seperti ketrampilan membaca karena radio merupakan media Imajinatif (RG, 2018). Dengan kekuatan kata dan suara radio mampu mencipta gambar (*makes pictures*) dalam imajinasi pendengar. Karena siaran radio merupakan seni memainkan imajinasi pendengar, bahkan tentang penyiarinya sendiri pendengar bisa berimajinasi dengan sangat beragam. Dan radio juga alat teknologi yang mampu membuat pengguna dan pemiliknya terasa akrab, selain itu radio juga menyangkut aspek pribadi dan suara penyiar serasa dekat dengan penikmat radio dengan program acara yang disuguhkan yang mampu menarik perhatian para pendengar radio. Dari beberapa keunggulan yang dimiliki radio, radio juga memiliki kelemahan, kelemahan radio yang pertama, rentan mengalami gangguan sinyal karena siaran radio berkomunikasi melalui gelombang elektromagnetik sehingga akan terganggu saat cuaca sedang ekstrim, petir dan hujan lebat yang membuat pancaran dari sinyal ini terhambat. Kedua, radio bersifat sekali jalan yang berarti sekali siaran itu berlangsung, artinya sudah hilang dan tidak dapat diputar atau didengar kembali. Ketiga radio sifat komunikasinya hanya satu arah (*One Way Street Comunication*) (Dzikry, 2020).

Meskipun radio sudah mulai ditinggalkan, dan semula orang berpikir era radio akan berakhir tapi nyatanya, hingga saat ini jumlah radio kian bertambah. Bahkan untuk mendirikan radio seseorang harus mengantre perizinan dan berebut frekuensi. Radio selalu memiliki tempat di hati pendengarnya, apalagi dengan sifat radio yang *portable* dapat dibawa dan dapat didengarkan tanpa mengganggu aktifitas pendengar. Menurut Kenneth Costa dalam Radio Advertising Bureau, USA. Di setiap mobil 95% memiliki radio. “Ada 2 kali lipat dari sekian jumlah mobil yang menggunakan radio yakni sekitar 135 juta dibandingkan total sirkulasi (60 juta) semua koran harian dan 4 orang dari 5 orang dewasa dapat dijangkau oleh radio di setiap minggunya” (Syamsul, 2019).

Dengan kemajuan ini perkembangan teknologi industri penyiaran saat ini begitu pesat. Regulasi bidang penyiaran yang membawa berbagai perubahan memberikan tantangan baru bagi pengelola media penyiaran, teknologi penyiaran saat ini telah mencapai persaingan yang sangat tajam. Yes Radio untuk pertama kalinya on air di Cilacap pada tanggal 10 Oktober 1978 sebelum menjadi Yes Radio bernama Yasfi Radio saat itu masih mengudara pada frekuensi AM, terbukti dengan seiringnya perkembangan teknologi pada tanggal 1 Juli 1996 Yasfi menjadi Radio FM pertama di Cilacap, sekaligus untuk menyempurnakan system siaran menjadi radio system terkomputerisasi. Hingga saat ini selalu menempati posisi radio No. 1 di Cilacap. Tepat pada tanggal 1 September 2005 Yasfi FM resmi berubah

nama menjadi YES RADIO 104.2 FM dengan Slogan “Kebanggaan Cilacap” hingga saat ini.

Meskipun radio merupakan jenis media massa satu arah tetapi radio mampu berperan untuk menyampaikan pesan berupa berita, informasi dan hiburan kepada masyarakat dengan jangkauan luas. Radio juga telah menjalani proses perkembangan yang cukup lama sebelum menjadi media komunikasi massa seperti saat ini dan menjadi sarana penyampaian pesan yang akurat. Oleh karena itu eksistensi radio sebagai alat komunikasi seharusnya masih dapat berkembang hingga saat ini di era digital. Agar radio terus tetap bertahan, jaya di udara, dan digemari pendengar dan selalu memberikan suatu program siaran yang variatif, kreatif dan memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepentingan pendengar maka diperlukannya suatu manajemen program (*radio programming*) dan proses produksi (*radio production*). *Manajemen program* dan *teknik produksi siaran* radio merupakan proses perencanaan, persiapan, pelaksanaan, presentasi dan evaluasi program siaran. Oleh karena itu peneliti mengambil judul “Strategi Penyiaran di Yes Radio Cilacap dalam Meningkatkan minat pendengar pada program Kajian Islam” untuk menjelaskan tentang bagaimana strategi penyiaran radio agar selalu eksis dan selalu dapat menarik peminat pendengar radio.

## **B. Definisi Operasional**

Definisi Operasional yang dimaksud di sini menegaskan isi kandungan dari judul penelitian ini untuk memperjelas dan untuk

menghindari kesalahpahaman dalam memaknainya, selain itu definisi operasional juga sebagai pembatas terhadap permasalahan yang akan diteliti.

## **1. Strategi Penyiaran Radio**

Strategi merupakan bentuk perencanaan dan pelaksanaan dari penyelenggaraan siaran secara holistik, yang didalamnya tercakup makna penjadwalan dan penyiaran acara dari suatu stasiun siaran (Masduki, 2005). Sedangkan Menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen, strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik agar mencapai tujuan secara efektif. Strategi itu sendiri juga dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, meskipun pada umumnya sering kali orang mencampur adukkan ke dua kata tersebut.

Sedangkan, Penyiaran atau *Broadcasting* merupakan keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, proses produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerima siaran tersebut oleh pendengar/pemirsa di satu tempat (J.B, 1994).

Sebagaimana, bisa dikatakan penyiaran bersifat tersebar ke semua arah atau *Omnidirectional*. Dari definisi sifat penyiaran ini bisa diketahui bahwa sistem penyiaran yang dimana alat penerima siaran harus dilengkapi dengan satu unit *decoder*. maka dari itu harus ditambahkan kata “terbatas” pada nama sistemnya, sehingga menjadi sistem penyiaran terbatas (Hidajanto & Fachruddin, 2011).

Radio merupakan alat komunikasi yang bersifat auditif (melalui indra pendengar), sehingga radio memiliki sifat dan ciri khas yang berbeda dari media massa yang lain. Dalam penyampaiannya radio menggunakan bahasailisan dan dari sifatnya yang auditif hanya mampu menarik pendengar lewat suara yang menarik dan mudah diterima oleh pendengar (Masduki, 2005).

Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar yang menyalurkan gagasan & informasi berupa bentuk suara secara umum dan terbuka berupa program yang teratur dan juga berkesinambungan, dan proses siaran radio merupakan salah satu proses yang panjang dan bisa dikatakan rumit, namun harus tetap berjalan diatas pola pikir dan tindakan yang tepat, cepat, dinamis dan praktis serta berkualitas. Maka dari itu diperlukannya perpaduan antara manajemen dan penyiaran yang sesuai dengan landasan tujuan yang ingin dicapai.

Untuk mencapai tujuan startegi merupakan faktor yang sangat penting, karena keberhasilan suatu usaha tergantung pada kemampuan yang bisa dalam merumuskan strategi yang akan digunakan. Strategi ialah

keseluruhan upaya, dalam rangka mencapai sasaran dan mengarah kepengembangan rencana marketing yang terinci. Maka strategi penyiaran dalam penelitian ini adalah sebuah tindakan perencanaan atau metode dalam memberikan informasi kepada khalayak umum (pendengar) secara tepat, efektif dan efisien melalui pemancar guna untuk mencapai tujuan dan mempertahankan kekuatan eksistensi radio dari para pesaing.

## **2. Yes Radio Cilacap**

Yes Radio merupakan nama dari salah satu Stasiun Radio Swasta yang berada di kabupaten Cilacap, pada tanggal 10 Oktober 1978 dengan nama Yasfi Radio on air pertama kali di Cilacap dan mengudara pada frekuensi AM. Pada saat itu perangkat dan media elektronik masa sangat terbatas teknologinya. Dengan demikian media elektronik radio tetap menjadi kebanggaan masyarakat pada umumnya, karena bisa dikatakan pada saat itu radio masih menjadi pilihan utama sebagai sarana hiburan yang memasyarakat. Seiring dengan perkembangan teknologi serta demi memberikan sajian yang lebih berkualitas, maka tepat pada tanggal 1 Juli 1996 Yasfi menjadi radio *computerized system*.

## **3. Minat Pendengar**

Minat berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah keinginan (RI, 2007). Sedangkan, Pendengar ialah sasaran komunikasi massa melalui media radio siaran. Komunikasi yang dikatakan efektif apabila pendengar berhasil terpicat perhatiannya. Tertarik terus akan minatnya. Mengerti,

tergerak hatinya dan melakukan kegiatan apa yang diinginkan si pembicara. Pendengar adalah massa, sejumlah orang yang sangat banyak yang sifatnya heterogen. Terpencar-pencar di berbagai tempat: di kota dan di desa, di rumah, pos tentara, asrama, warung kopi dan sebagainya. Pendengar berbeda jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan taraf kebudayaan (Novia & Simbolon, 2019).

#### **4. Program Kajian Islam**

Program berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah rancangan mengenai asas serta usaha yang akan dijalankan (RI, 2007). Program yang dimaksud dalam penelitian ini yakni rencana/rancangan terkait sebuah acara yang akan disiarkan, ditayangkan melalui media tertentu. Program atau acara yang disajikan ialah faktor yang membuat pendengar/audiens tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran baik itu radio ataupun televisi, program dapat dianalogikan dengan produk/barang (*goods*) atau pelayanan (*service*) yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini yakni audiens dan pemasang iklan. Maka dapat dirumuskan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan audiens yang lebih besar, sebaliknya jika acara tidak baik/buruk maka tidak akan mendapatkan audiens. Secara garis besar, dari segi materinya jenis jenis program siaran radio meliputi dua program yakni, 1. *Music program*, 2. *News Program* 3. *Iklan/Advertisiment*.

Dalam penelitian ini mengambil stasiun radio yang menyiarkan program Kajian Islam. Kajian Islam yang dimaksud ialah nama salah satu

program acara Interaktif Radio yang membahas permasalahan seputar ajaran agama islam yang disiarkan oleh stasiun Yes Radio FM Cilacap dengan menghadirkan da'i yang berasal dari beberapa Ustadz lokal untuk siaran reguler setiap hari senin hingga kamis, dan khusus di hari jumat da'i dari LAZISNU dan LAZISMU yang ada dikabupaten Cilacap. Acara tersebut disiarkan secara langsung (*live*) setiap hari senin-jumat pada sore hari pukul 17.00-17.30 WIB.

Sehingga dari beberapa penjelasan dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan judul penelitian “Strategi Penyiaran di Yes Radio Cilacap dalam Meningkatkan minat pendengar pada program Kajian Islam” adalah suatu kegiatan penelitian untuk mengetahui bagaimana Strategi Penyiaran di Yes Radio penelitian yang memfokuskan pada satu program acara yakni Program Kajian Islam, yang menyiarkan tentang ajaran islam agar dapat di terima oleh khalayak dengan baik, tepat, efektif, efisiensi dan untuk tetap menarik dan menjaga eksistensi di era pesaingan yang pesat.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan diatas, maka diambil suatu rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi penyiaran di Yes Radio Cilacap dalam meningkatkan minat pendengar pada program Kajian Islam?
2. Bagaimana faktor dan penghambat pada strategi penyiaran dalam Program Kajian Islam untuk meningkatkan minat pendengar?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui bagaimana Strategi penyiaran di Yes Radio Cilacap dalam meningkatkan minat pendengar pada program kajian islam.
2. Untuk mengetahui Bagaimana faktor dan penghambat pada strategi penyiaran dalam Program Kajian Islam untuk meningkatkan minat pendengar.

### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat teoritis

Memberikan sumbangan pemikiran untuk perkembangan ilmu pengetahuan terkait strategi dan media komunikasi, khususnya dengan perkembangan kualitas radio.

2. Manfaat praktis

Bagi Yes Radio, hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai masukan terkait bagaimana strategi penyiaran dalam menarik peminat pendengar, dan dapat lebih meningkatkan eksistensi .

#### **F. Telaah Pustaka**

Untuk menghasilkan penelitian yang maksimal tentang **“Strategi penyiaran di Yes Radio Cilacap dalam meningkatkan minat pendengar pada Program Kajian Islam”** maka peneliti meninjau dari judul penelitian penelitian yang sudah ada sebelumnya yang terkait dengan judul peneliti. Adapun penelitian yang pernah diangkat dalam topik pembahasan penelitian ini, antara lain:

Pertama, Skripsi Khosois Kafiyah Hani (2014) STAIN Purwokerto Fakultas dakwah dan komunikasi dengan judul **“Manajemen Penyiaran Program Dakwah Mutiara Pagi di RRI Purwokerto”** penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif, penelitian yang telah dilakukan Khosois membahas tentang bagaimana manajemen penyiaran program dakwah mutiara pagi di RRI Purwokerto. Hasil dari penelitian tersebut telah menunjukkan bahwa Manajemen Penyiaran Program Dakwah Mutiara Pagi di RRI Purwokerto sudah berjalan dengan baik dari segi manajemen yang meliputi pertama, *Planning* (Perencanaan) yang berarti menyusun perencanaan tujuan; kedua, *Organizing* (pengorganisasian) yang berarti mengordinasikan kerabat kerja; ketiga, *Actuating* (pergerakan) yang berarti menggerakkan kerabat kerja sesuai dengan tugas serta wewenang masing masing dan hasil dari pergerakan tersebut itu mengudaranya program

dakwah Mutiara Pagi disiarkan setiap hari Senin sampai Minggu pukul 05.00 – 05.54 WIB di saluran 93.1 FM RRI Purwokerto; dan keempat, *Controlling* (pengawasan) yang berarti dengan memonitoring dan mengecek DAS, pengawasan dilakukan pada saat program tersebut mengudara dengan monitoring secara langsung program tersebut dengan pesawat radio dan pengawasan setelah program selesai mengudara dengan mengecek DAS. Penelitian yang telah diteliti tersebut memiliki persamaan pada penelitian penulis yakni sama sama memfokuskan pada satu program acara namun yang membedakan dengan penelitian penulis yaitu terletak pada fokus penelitian, subjek penelitian dan objek penelitian. Fokus penelitian khosois yaitu strategi bagaimana manajemen penyiaran dakwah, sedangkan penelitian yang akan di teliti oleh penulis fokus ke strategi penyiaran radio dalam meningkatkan minat pendengar khususnya pada Program Kajian Islam untuk memperoleh antusias, kepuasan dan loyalitas pendengar.

Kedua, Skripsi Muhlisin (2014) Institut Agama Islam Imam Ghozali (IAIIG) Cilacap Fakultas Dakwah dengan judul **“Analisa Terhadap Acara Dialog Islam di Yes Radio Ciacap Sebagai Media Penyampaian Ajaran Islam pada Masyarakat Kabupaten Cilacap”** penelitian tersebut menggunakan pendekatan *deskriptif analysis*, pada penelitian ini penulis mengambil kesimpulan membahas tentang analisis terhadap acara Dialog Islam di Yes Radio sebagai media penyampaian ajaran islam. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa program siaran Dialog Islam di kategorikan sebagai program talkshow atau dialog interaktif

jenis *one on one show* yang disiarkan setiap hari senin hingga hari jumat oleh Yes Radio Cilacap dengan mengundang partisipasi aktif dari pendengar radio. Selain itu juga dapat diketahui bahwa program Dialog Islam masih menemukan relevansinya untuk masa sekarang dan benar benar dibutuhkan oleh masyarakat, khususnya pendengar radio sebagai tempat untuk berkonsultasi langsung dengan para dai tentang persoalan persoalan keagamaan sehari hari. pada penelitian yang telah di teliti muhlisin memiliki persamaan pada penelitian yang akan diteliti oleh penulis yakni persamaan Objek dan Subyek walaupun memiliki kesamaan tetapi dari keduanya tentu memiliki perbedaan yaitu perbedaan waktu pelaksanaan dan fokus penelitian. Muhlisin memfokuskan pada analisis terhadap acara dialog islam di Yes Radio Cilacap sebagai Ajaran Islam pada masyarakat Kabupaten Cilacap sedangkan, penelitian penulis lebih memfokuskan pada Strategi Penyiaran di Yes Radio dalam Meningkatkan minat pendengar pada Program Kajian Islam, bertujuan untuk tetap menjaga eksistensi dan memperoleh antusias, kepuasan dan loyalitas pendengar.

Ketiga, Skripsi Woro Prudiningtyas (2018) Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung Fakultas dakwah dan komunikasi penyiaran islam, dengan Skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Penyiar Dalam menyampaikan Pesan-pesan Dakwah di D!Radio Lampung”**. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tujuan untuk menganalisis pada dua teori yaitu dengan menggunakan teori komunikasi Harold D.Lasswell dengan teori komunikasi Melvin L.DeFluer,

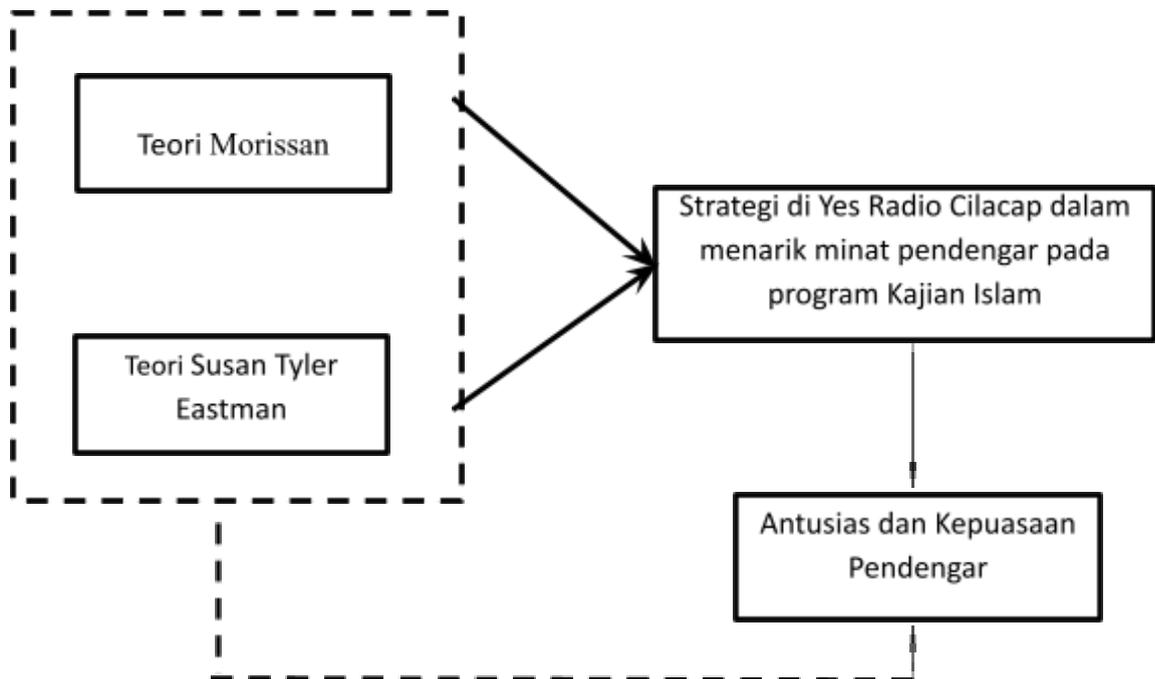
inti dari kedua teori tersebut sama yaitu bagaimana memecahkan permasalahan yang dihadapi strategi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan strategi komunikasi yang dilakukan penyiar D!Radio yaitu dengan kreatifitasnya dalam menyampaikan kata kata menjadi sebuah pesan untuk mengajak pendengar agar tertarik menyimak dan mendengarkan apa yang disiarkan dan sekaligus mengajak agar umat muslim selalu mengubah tingkah laku untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi dan sesuai dengan ajaran islam. Sehingga dapat tetap eksis dalam menyiarkan pesan dakwah D!Radio Lampung dan bisa diterima seluruh masyarakat. Penelitian Woro dengan penelitian yang akan diteliti penulis tentu saja berbeda, pada penelitian ini memfokuskan kepada strategi penyiar dalam menyampaikan pesan pesan sedangkan penelitian penulis memfokuskan pada strategi penyiaran di radio.

Keempat, Skripsi Aliftha Qiroatul Aini (2019) Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang Fakultas dakwah dan komunikasi penyiaran islam, dengan skripsi yang berjudul **“Strategi Radio Swara Kendal FM dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Media Online”**. Merupakan penelitian kualitatif yang menjabarkan tentang strategi radio, strategi program dan strategi pendengar untuk mempertahankan eksistensi tidak hanya bersaing dengan media lain tetapi dengan media online dengan menerapkan dua strategi yakni pertama, strategi persaingan dengan usaha sejenis dan media lain. Salah satunya membuat website dan *streaming* radio dengan sasaran prioritas anak muda yang familiar dengan

iptek. kedua, strategi pertahankan *audience* yaitu, 1. membina dan *support* paguyuban monitor, 2. Melibatkan pendengar dalam kegiatan radio saat ulah, *off air* dll. Untuk memenangkan persaingan Alifita pada penelitiannya menggunakan strategi khusus dimana diambil dari teori strategi Susan Tyler Eastman berupa strategi kesesuaian, strategi kebiasaan, strategi kontrol arus pendengar, strategi penyimpanan sumber-sumber program, dan strategi daya penarik massa. Dari penerapan media online Radio Swara Kendal FM membuat *streaming* di internet menghasilkan peningkatan pendengar radio yang sempat turun drastis di tahun 2019. Data tersebut di dapatkan dari hasil wawancara dengan manajer pemasaran Radio Swaraa Kendal.

### G. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan suatu dasar penalaran pemikiran oleh peneliti agar dapat sampai pada tujuan yang diinginkan. Dan kerangka berpikir akan menggambarkan alur bagaimana jalan pemikiran yang akan dilakukan oleh peneliti:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

## **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini digunakan untuk memberikan gambaran secara umum terkait hasil penelitian, untuk mempermudah penyusun dan pembaca dalam mencari informasi terkait dengan hasil penelitian. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini yaitu:

**BAB I : Pendahuluan**

Meliputi latar belakang, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

**BAB II : Kajian Pustaka**

Meliputi kajian teoritik, bab ini membahas ketentuan umum tinjauan tentang strategi penyiaran radio

**BAB III : Metodologi Penelitian**

Memuat metode penelitian berisi pendekatan penelitian, setting penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, keabsahan data & teknik analisi data.

**BAB IV : Pembahasan Hasil Penelitian**

Meliputi tentang Strategi penyiaran di yes radio cilacap dalam meningkatkan minat pendengarpada Program Kajian Islam.

**BAB V : Penutup**

Meliputi kesimpulan dan saran saran dari hasil penelitian yang dijadikan sebagai penutup didalam penelitian ini.