

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah :

Dunia radio saat ini di dominasi oleh siaran yang lebih menonjolkan informasi atau berita (*news*) dan hiburan (*entertainment*). Akibatnya masyarakat dilayani oleh media yang isi siarannya berorientasi pada keuntungan finansial tanpa mempertimbangkan aspek moral, etika, budaya, dan kepribadian masyarakat. Meskipun ada program bernuansakan pendidikan dan agama, prosentasenya masih di bawah 10%. Bahkan di bulan Ramadhan pun tetap sama, acara berorientasi hiburan mendominasi di semua televisi dan radio. Dominasi radio komersial juga mengakibatkan termarginalnya lembaga lain, khususnya radio komunitas. Padahal lembaga ini memiliki potensi dan andil yang cukup besar dalam membentuk kepribadian manusia (Musyafak, 2009: 2).

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi kini telah banyak menciptakan berbagai kemudahan media komunikasi, sehingga informasi yang disalurkan dapat tersebar luas pada masyarakat dalam waktu yang sangat cepat dengan daya jangkau yang sangat luas. Radio merupakan salah satu media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan berbagai

informasi dan dapat juga digunakan sebagai media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan.

Radio merupakan media yang memiliki jangkauan selektif terhadap segmentasi khalayak tertentu. Di Indonesia yang memiliki tipe masyarakat agraris dengan jangkauan wilayah yang sangat luas, radio menjadi kebutuhan terhadap komunikasi yang dapat memacu perubahan masyarakat. Sebagai media, radio memiliki berbagai kekuatan :

1. Menjangkau jumlah khalayak sasaran yang besar pada waktu bersamaan.
2. Menjangkau individu atau kelompok masyarakat yang hidup terpencil dan terpencar-pencar seperti masyarakat agraris pada umumnya.
3. Mengatasi berbagai kendala geografis.
4. Mudah dimengerti, tidak memerlukan kemampuan membaca sehingga dapat dikonsumsi masyarakat yang tidak bisa membaca.

Namun ada juga kelemahan radio, yaitu :

1. Radio tidak dapat menayangkan gambar secara langsung.
2. Radio menyampaikan informasi hanya sekilas, sehingga pendengar kadang belum paham betul tentang informasi yang disampaikan dan tidak bisa meminta penyiar untuk mengulanginya.

3. Radio bersifat berbagi, artinya dalam satu wilayah tertentu mungkin dapat 20-30 stasiun radio (Masduki, 2004: 15).

Dilihat dari Kekuatan dan kelemahan media radio, maka program sangatlah penting, karena akan berkaitan dengan segmentasi khalayak. Oleh karena itu perlu adanya program-program yang segmentasinya lebih jelas, lebih khusus, dan lebih mengena. Susunan mata acara yang akan disiarkan, baik harian, mingguan, tengah bulanan, bulanan, *triwulan*, tengah tahunan, dan tahunan, yang akan membidik satu komunitas atau suatu kelompok tertentu, sehingga diharapkan akan bermunculan pendengar-pendengar yang sangat setia kepada salah satu radio tertentu.

Selain dengan dominasi radio komersial, umat Islam juga dihadapkan pada mengudaranya radio non muslim baik secara legal maupun ilegal yang menyampaikan misinya. Hal ini tentunya menjadi tantangan dakwah yang tidak boleh diabaikan begitu saja. Oleh karena itu kehadiran radio dakwah yang bisa memberikan pencerahan kepada umat sangat diperlukan.

Dakwah melalui media radio sebagai sarana untuk menyampaikan ajaran agama Islam dipandang sangat perlu untuk dikembangkan agar lebih efektif dan efisien. Terkait mengenai hal tersebut, perlu dikaji lebih dalam

mengenai program siaran dakwah Islam, karena radio memiliki kemampuan untuk meyakinkan pendengar. Persaingan radio yang makin ketat menuntut para pengelolanya harus pandai mencari celah agar dapat bertahan hidup. Beberapa radio yang semula segmen pendengarnya umum dapat mengalihkan segmentasi pasarnya secara khusus. Tidak terkecuali radi DAIS. Khalayak hanya akan memperhatikan acara yang menarik dan bermanfaat bagi audien. Pendengar radio DAIS yang disering disebut dengan Monitoring radio DAIS (MODIS) selalu memantau acara-acara yang disiarkan radio DAIS.

Hal inilah yang menyebabkan ketepatan dalam penyampaian nilai-nilai dakwah melalui radio inilah yang lebih memudahkan daya tarik masyarakat terhadap nilai-nilai yang disampaikan oleh subyek dakwah melalui radio tersebut. Pengelolaan pemberitaan di radio menjadi berbeda dengan media massa lainnya terutama dalam keberhasilan pemberitaannya, karena khalayak pendengar mampu menerima informasi dengan sempurna secara makna maupun persepsi. Dengan adanya perkembangan ilmu dan teknologi ini secara tidak langsung menuntut da'i untuk memanfaatkan peluang yang ada, sehingga kegiatan dakwah dapat efektif dan efisien.

Radio DAIS (Dakwah Islam) merupakan salah satu radio komunitas yang terdapat di kota Semarang yang menyajikan hiburan bernuansa Islami dan menyajikan konten interaktif agama. Radio tersebut berada di kawasan Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) kota Semarang dan berada pada gelombang 107.9 MHz. Visi radio DAIS yaitu, meningkatkan iman dan taqwa, maka penulis tertarik untuk meneliti radio tersebut karena radio tersebut merupakan salah satu radio dengan jargon “Terdepan dalam Nada dan Dakwah” tersebut yang diharapkan mampu meningkatkan keimanan dan ketaqwaan bagi para audiens yang mendengarkannya. Apalagi radio tersebut bebas dari unsur bisnis dan komersial, karena termasuk dalam kategori radio komunitas.

Penggunaan informasi berupa ajaran-ajaran agama Islam merupakan salah satu metode yang positif bagi warga Semarang dan sekitarnya untuk meningkatkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT. Salah satunya, yaitu dengan memberikan program siaran yang tepat sasaran antara program dan segmennya yang disiarkan oleh radio Dakwah Islam (DAIS).

Awal mula adanya radio ini adalah atas dasar berdirinya Masjid Agung Jawa Tengah, kurang lengkap rasanya jika tidak adanya media penyiaran yang

menunjang syiar Islam. Radio yang bertujuan menyiarkan dakwah Islam, di tengah hiruk-pikuk tayangan televisi yang mulai dirasakan kemadharatannya, dan selalu berusaha menjadi terdepan dalam menyampaikan nada dan dakwah kepada umat Islam. Oleh karena itu, di dirikan radio Dakwah Islam (DAIS). Radio terletak tepat di dalam Menara Al Husna Masjid Agung Jawa Tengah. Radio ini memberikan berbagai macam informasi agama, sosial, ekonomi dan hiburan yang Islami.

Dakwah radio DAIS dengan memanfaatkan ruang publik melalui media radio juga menemui berbagai tantangan. Selain harus bersaing dengan radio komersial maupun radio komunitas yang lain untuk menarik perhatian pendengar yang heterogen, masalah pendanaan seperti untuk biaya operasional dan peralatan yang harus dikeluarkan setiap bulan juga menjadi sesuatu yang tidak bisa diabaikan begitu saja.

Melihat persaingan yang begitu pesat diantara stasiun radio tersebut. Radio harus mampu menyajikan program yang menarik perhatian pendengar. Radio DAIS adalah radio yang menyajikan kajian islami, dakwah yang disampaikan harus efektif dan tepat sasaran. Sasaran dakwah yang tepat akan diminati banyak pendengar. Oleh karena itu segmentasi pendengar menjadi hal

menarik, mengelompokkan sasaran pendengar berdasarkan karakteristik pendengar yang akan mempengaruhi proses penerimaan program tersebut. Kegiatan pemasaran menjadi salah satu aktivitas yang sangat vital bagi kelangsungan operasional perusahaan. Hampir seluruh perusahaan yang ada sekarang ini memfokuskan kegiatan operasionalnya pada kegiatan pemasaran. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk mengambil judul Segmentasi Pendengar radio Dakwah Islam (DAIS) FM Semarang.

B. Rumusan Masalah

Dari Pemaparan latar belakang di atas, dapat ditarik permasalahan yaitu: Bagaimana radio DAIS menentukan Segmentasi Pendengar?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menggambarkan secara jelas mengenai bagaimana radio DAIS menentukan segmentasi pendengar dalam program-program siarannya. sehingga materi program dapat tersampaikan tepat sasaran dan bermanfaat bagi pendengar.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu dan memperkaya studi pengemasan informasi mengenai segmentasi pendengar radio DAIS FM Semarang.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi radio DAIS untuk mengembangkan program siarannya yang bertujuan untuk menarik pendengar lebih banyak lagi. Selain itu juga sebagai sumber acuan dalam menentukan segmentasi pendengar dalam program siarannya. Dan dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa jurusan komunikasi penyiaran islam yang berminat untuk penelitian mengenai segmentasi pendengar.

D. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan studi pustaka yang peneliti lakukan, peneliti menemukan beberapa penelitian yang membahas mengenai segmentasi pendengar, penelitian-penelitian tersebut antara lain :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Surtiningsih dalam bentuk skripsi dengan judul, *Segmentasi Program Siaran Radio*

- MQ FM Yogyakarta*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2013). Tujuan dari penelitian tersebut untuk mengetahui segmentasi program siaran yang ditetapkan radio MQ FM Yogyakarta. Surti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam menentukan segmentasi dilakukan melalui tiga tahapan yaitu : survey, analisis, dan penentuan. Segmentasi dikelompokkan berdasarkan geografi, demografi, psikografi dan perilaku. Penetapan sasaran yang dipilih dengan pendekatan pasar serba aneka, segmen yang dibidik adalah anak-anak, dewasa, remaja, dan orang tua. *Positioning* yang dilakukan radio MQ FM dengan *tagline* “ Media Bening Hati Bersama Menuju Kebaikan” menciptakan identitas yang kuat sebagai ‘Radio keluarga muslim’ yang menyajikan kajian yang menginspirasi dan mendidik bagi keluarga.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Afif Roisa Rahman dalam bentuk skripsi dengan judul, *Strategi Segmentasi Pasar Salma Radio 103.3 FM*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2013). Tujuan dari penelitian tersebut untuk mengetahui strategi segmentasi pasar yang diterapkan Salma Radio 103.3 FM yang meliputi *targeting dan positioning* untuk

mempertahan eksistensinya ditengah persaingan radio di Klaten. Afif menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam menentukan strategi segmentasi itu ada langkah-langkahnya antara lain menyeleksi pasar atau kategori prodak yang digemari andiens agar dapat membuat program yang sesuai keinginan audien, memilih beberapa basis untuk melakukan segmentasi pasar dengan menggunakan empat kriteria dasar segmentasi *substantiality, identifiability and measurability, accessibility, responsiveness*. Menyeleksi deskriptor, membuat profil segmentasi, mempertimbangkan keadaan audien, merancang, menerapkan, dan mempertahankan bauran pemasaran yang dimulai dari proses produksi program sesuai segmentasinya. Setelah membahan tentang strategi segmentasi pasar, Afif juga mendeskripsikan tentang *targeting dan positioning*.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Rifqi Baharudin El Mulaz dalam bentuk skripsi dengan judul, *Segmentasi Program Siaran Radio Rama FM Bagi Pendengar Fanatik*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2010). Tujuan dari penelitian tersebut untuk mengetahui dasar penetapan segmentasi pendengar radio Rama FM dalam program-programnya

dan bagaimana penentuan program bagi pendengar fanatik. Rifqi Baharudin El Mulaz menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan proses segmentasi radio Rama FM yang meliputi: menentukan segmentasi yang akan diambil yaitu segmentasi keluarga sakinah yang mengusung semangat keagamaan, menentukan format radio, menentukan program yang akan digunakan, dan membuat operasional pelaksanaan radio. Dalam sekripsinya Rifqi juga membahas penentuan program radio Rama FM meliputi penentuan judul program, pemberian konten islami, penentuan jam tayang, dan penyusunan secara terencana. Setelah membahas tentang segmentasi dan penentuan program, Rifqi mendeskripsikan tentang kriteria dan latar belakang terbentuknya pendengar fanatik radio Rama FM.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, sebagai bahan perbandinganya yang sudah teruji keshahihannya, maka peneliti lebih menitik beratkan pada kajian “Segmentasi Pendengar radio Dakwah Islam (DAIS) FM Semarang (studi pada Radio komunitas DAIS 107.9 FM)”.

E. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini merupakan jenis penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2002: 4). Adapun spesifikasi penelitian ini merupakan penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskriptif, melukiskan secara sistematis faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena (Nazir, 2011: 54).

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang memaparkan situasi atau peristiwa dan tidak berupaya mencari atau menjelaskan hubungan, tidak pula untuk menguji hipotesis ataupun membuat prediksi. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan karakteristik tentang populasi atau bidang tertentu.

Dengan metode inilah peneliti akan memaparkan secara detail bagaimana radio DAIS FM dalam Menentukan Segmentasi Pendengar.

F. Definisi Konseptual

Konsep-konsep yang akan diteliti agar lebih jelas dan tepat, maka perlu dirumuskan definisi konseptual sebagai berikut:

a. Segmentasi Pendengar

Dalam Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, segmentasi artinya pembagian dalam segmen, pembagian dalam struktur sosial dalam unit yang sama (Andini, 2003: 402). Segmen juga dapat diartikan kesatuan pelanggan yang sama-sama memiliki keinginan tertentu (David, 1996: 68). Segmentasi adalah membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda (Kotler, 2001: 285). Segmentasi audien itu sendiri adalah suatu kegiatan untuk membagi-bagi atau mengelompokkan audien ke dalam kotak-kotak yang lebih homogen. Tentu ketika audien sudah dikelompokkan, maka akan terlihat kebutuhan yang sama dari audien tersebut sehingga segmen-segmen lain yang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka bisa ditinggalkan.

Segmentasi adalah pengelompokan sasaran dari program siaran radio DAIS FM. Dalam Buku Profil DAIS Segmentasi radio DAIS ialah Monitor Radio Dakwah Islam (MODIS).

b. Radio

Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia radio adalah siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara (Poerwadarminta, 2006: 935). Tetapi secara operasional radio dalam hal ini tidak hanya dipahami sebagai alat tetapi lebih ke stasiun radio dan itupun didalam penelitian ini dibatasi pada radio Dakwah Islam (DAIS) yang terdapat di Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) Kota Semarang.

Dengan demikian, definisi konseptual dari Segmentasi Pendengar radio Dakwah Islam (DAIS) FM Semarang adalah segmentasi radio DAIS. Adapun yang menjadi obyek dari penelitian ini adalah permasalahan itu sendiri, yaitu bagaimana radio DAIS dalam menentukan segmentasi pendengarnya. Yang dimaksud judul skripsi “Segmentasi Pendengar radio Dakwah Islam FM Semarang” adalah menganalisis tentang profil radio DAIS, program siaran dan bagaimana radio DAIS FM menentukan Segmentasi Pendengar.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek Penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku, maupun orang lain yang memahami objek penelitian (Burhan, 2007: 76). Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah Direktur Operasional radio DAIS, staf, dan penyiar untuk melakukan wawancara agar mendapatkan informasi mengenai penentuan segmentasi pendengar radio DAIS.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Penentuan segmentasi pendengar radi DAIS FM.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh informasi yang akurat diperlukan adanya data yang tersusun dan valid, sehingga dapat mengungkapkan permasalahan yang akan diteliti. Adapun metode dalam pengumpulan data skripsi ini adalah:

a. Metode Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiono, 2009: 82). Adapun dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi, profil radio

DAIS, struktur organisasi dan sebagainya yang ada di radio DAIS. Dokumentasi yang diperoleh di radio DAIS digunakan untuk mendapatkan data segmentasi pendengar radio DAIS.

b. Metode Interview (wawancara)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumbernya. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak struktur, yaitu wawancara bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman yang di gunakan hanya berupa permasalahan yang penting yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2008: 104).

Wawancara mendalam (*In Depth Interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan yang relatif lama (Sutopo, 2006: 72). Ciri khusus dari wawancara mendalam adalah keterlibatannya dalam kehidupan responden atau informan. Dalam wawancara

mendalam melakukan panggilan secara mendalam terhadap satu topik yang telah ditentukan berdasarkan tujuan dan maksud diadakan wawancara tersebut dengan menggunakan pertanyaan terbuka.

Metode wawancara ini dilakukan pada subjek dan objek penelitian. Hal ini dilakukan untuk menggali data, alasan, opini atas sebuah peristiwa, baik yang sudah maupun yang sedang berlangsung. Dalam teknis pelaksanaannya peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur, yaitu mengajukan pertanyaan-pertanyaan bebas dimana peneliti hanya menggunakan garis-garis besar pertanyaan yang berkenaan dengan masalah penelitian. Peneliti melakukan wawancara dengan direktur operasional radio DAIS dan penyiar radio DAIS. Tujuan dari metode ini adalah untuk mendapatkan data segmentasi pendengar radio DAIS.

4. Metode Analisis Data

Analisa data menurut pendapat Lexy J. Moleong adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuanuraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong, 2009: 280). Analisa data bermaksud pertama-tama adalah

mengorganisasikan data, yaitu mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode, dan mengategorikan dari catatan hasil interview.

Penelitian ini bersifat deskriptif, datanya berupa data kualitatif, sehingga dianalisa dengan teknik atau cara deskriptif, yaitu setelah data terkumpul dari lapangan penelitian, maka selanjutnya adalah data diidentifikasi, dikategorikan kemudian ditafsirkan dan diambil kesimpulan seperlunya. Tahap-tahap analisis sebagai berikut :

- a. Mengumpulkan data yang telah diperoleh dari hasil dokumentasi dan wawancara.
- b. Mengedit seluruh data yang masuk.
- c. Menyusun seluruh data yang diperoleh sesuai dengan sistematika pembahasan yang telah direncanakan.
- d. Melakukan analisa seperlunya terhadap data yang telah tersusun untuk menjawab rumusan masalah sebagai kesimpulan.

5. Sistematika Penulisan

Agar memudahkan penulis dalam penelitian ini, maka perlu sistematika pembahasan yang sistematis, hal ini dilakukan agar dapat memberikan pemahaman yang jelas dan menyeluruh. Sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- BAB I : PENDAHULUAN**
- Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, sistematika penulisan.
- BAB II : PENGERTIAN, DASAR, PROSEDUR SEGMENTASI, DAN PENDENGAR RADIO**
- Bab ini berisi tentang Kerangka Teori yang meliputi Segmentasi Audien, Pendengar dan Radio.
- BAB III : GAMBARAN UMUM RADIO DAKWAH ISLAM (DAIS) 107.9 FM SEMARANG**
- Bab ini berisi tentang gambaran umum radio Komunitas DAIS Semarang, Sejarah berdirinya radio DAIS, Visi dan Misi, Program acara, perkembangan, Struktur organisasi dan Segmentasi pendengar radio DAIS Semarang.

**BAB IV : ANALISIS SEGMENTASI
PENDENGAR RADIO DAIS FM
SEMARANG**

Bab ini lebih spesifik pada pembahasan mengenai Segmentasi Pedengar radio DAIS dalam Menentukan Audien. (Studi Pada Radio Komunitas DAIS Semarang 107.9 FM).

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran