

**POTENSI PROGRAM ACARA WISATA RELIGI RADIO RASIKA USA
UNTUK MENINGKATKAN KOHESIVITAS SOSIAL PENDENGAR**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Radio Dakwah

Oleh :

Mila Rosa Hidayah
1701026049

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 5 Eksemplar

Hal : **Persetujuan Naskah Skripsi**

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa proposal skripsi saudara :

Nama : Mila Rosa Hidayah

NIM : 1701026049

Fak/Jur : Dakwah dan Komunikasi/ KPI

Judul Skripsi : **Potensi Program Acara Wisata Religi Radio Rasika USA Untuk Meningkatkan Kohesivitas Sosial Pendengar**

Dengan ini kami telah menyatakan menyetujui naskah tersebut dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 21 Juni 2021

Pembimbing,



Dr. H Najahan Musyafak, M.A

NIP. 197010201995031001

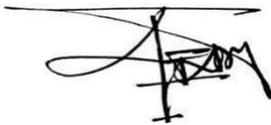
SKRIPSI
POTENSI PROGRAM ACARA WISATA RELIGI RADIO RASIKA USA
UNTUK MENINGKATKAN KOHESIVITAS SOSIAL PENDENGAR

Disusun Oleh:
Mila Rosa Hidayah 1701026049
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 30 Juni 2021 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I



H. M. Alfandi, M.Ag
NIP: 196605131993031002

Sekretaris/Penguji II



Nilnan Ni'mah, S.Sos.I, M.S.I
NIP: 198002022009012003

Penguji III



Ahmad Faqih, S.Ag., M. Si.
NIP: 197303081997031004

Penguji IV



Asep Dadang Abdullah, M.Ag
NIP: 197301142006041014

Mengetahui Pembimbing



Dr.H. Najahan Musyafak, M,A
NIP: 197010201995031001

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal 13 Juli 2021




Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag
NIP. 197204102001121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil kerja saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di satuan perguruan tinggi lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 21 Juni 2021



Mila Rosa Hidayah

NIM : 1701026049

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur teramat dalam penulis panjatkan karena atas berkat rahmat Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada beliau baginda agung sang suri tauladan Nabi Muhammad SAW, segenap keluarga dan para sahabatnya.

Setelah melalui proses yang tidak sebentar, akhirnya skripsi yang berjudul "*Potensi Program Acara Wisata Religi Radio Rasika USA Untuk Meningkatkan Kohesivitas Sosial Pendengar*" menemui muaranya. Dengan kerendahan hati penulis sampaikan bahwa keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. H.M. Alfandi, selaku Ketua Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. H. Najahan Musyafak, M.A, selaku wali dosen dan pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memotivasi dalam proses penyusunan skripsi.
5. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi yang telah mendidik penulis dalam berbagai aspek keilmuan dan keperluan administrasi.
6. Ibu Ratna, selaku manajer radio Rasika USA yang senantiasa memberi dukungan serta informasi terkait penelitian.

Kepada mereka semua, penulis ucapkan banyak terimakasih dengan diiringi doa semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan mereka, Aamiin. Penulis sangat terbuka dalam menerima kritik, saran serta masukan demi kebaikan penelitian ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan wawasan bagi pembaca.

Semarang, 21 Juni 2021



Mila Rosa Hidayah

NIM : 1701026049

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati yang paling dalam untuk orang-orang yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan motivasi untuk tetap semangat. Skripsi ini ku persembahkan kepada :

1. Kedua orangtuaku, Budiman dan Tutik Ningsih yang selalu memanjatkan doa tiada henti untukku. Terimakasih atas dukungan lahir dan batin yang telah diberikan.
2. Kakakku, Hana Hidayatu Rosita beserta suami Muhammad Pendi yang selalu memberikaan dukungan dan bantuan secara materi.
3. Ahmad Charis Chilman yang telah mendukung perjalanan akademik dan bersedia membantu dari awal proses mengerjakan skripsi serta dorongan semangat hingga dapat melangkah ke arah yang lebih baik.
4. Sahabatku, Cindi, Latifah, Sefdha, Haniya, Lely, Safira, Calvin. Tetap semangat dalam mengerjakan skripsi, terimakasih telah menjadi *support system* di tanah rantau.
5. Teman kontrakan, Dinda Septya, Izza, Ifa, Eva, Mia dan Tara yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah di Semarang.
6. Segenap keluarga besar KPI-B 2017 yang terlalu banyak jika disebutkan satu persatu, terimakasih telah menjadi keluarga di Semarang.
7. Segenap keluarga besar PMII Rayon Dakwah dan LATANSA 2017, yang telah mengajarkan banyak hal.
8. Segenap keluarga besar KMPP Semarang khususnya angkatan 2017, yang selalu mengajarkan untuk saling bersilaturahmi antar mahasiswa Pati.
9. Segenap keluarga besar RGM One, terima kasih telah menjadi rumah belajar dan mengajarkan skill yang luar biasa.

10. Segenap keluarga besar Senat Mahasiswa periode 2018-2019, terima kasih telah mengajarkan bentuk kekompakan dalam memegang amanah.
11. Teman seperjuangan KKN MIT DR 11 kelompok 17, Dian, Evi, Uswa, Sefdha, Widad, Umi, Sukma, Zila, Candra, Aan, Gunawan, Hilmy, Dio, dan Fikron tetap berjuang terus ya. Semoga dilancarkan segalanya.
12. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga dukungan, perhatian dan doa akan selalu ada dalam merajut asa dimasa depan.

MOTTO

*“Ora usah neko-neko. Lakonono Urip Kanthi Opo Anane,
Mangke Lak Sae Sedayane,”*

(Mila Rosa Hidayah)

ABSTRAK

Mila Rosa Hidayah, NIM 1701026049 dengan skripsi berjudul “Potensi Program Acara Wisata Religi Radio Rasika USA Untuk Meningkatkan Kohesivitas Sosial Pendengar”. Radio merupakan media yang bersifat auditif. Saat ini radio tidak hanya mengedepankan sisi musikalitas saja dalam programnya. Hal tersebut terlihat pada program radio saat ini yang tidak hanya menyajikan siaran musik namun berbagai informasi, edukasi dan hiburan ada dalam radio. Salah satu faktor keberhasilan sebuah radio ditentukan dari program acaranya. Apabila program tersebut unik dan menarik, pendengar akan terus setia mendengarkan radio tersebut.

Tujuan dari penelitian ini yaitu guna mengetahui bagaimana potensi program acara radio Rasika USA untuk meningkatkan kohesivitas sosial pendengar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan dokumentasi. Data primer penelitian ini bersumber dari hasil wawancara dengan responden (peserta ziarah) sedangkan data sekunder berupa data diperoleh dari pengelola radio Rasika USA dan literatur buku.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat potensi, khususnya pada program acara Wisata Religi. Potensi tersebut dapat meningkatkan kohesivitas sosial antar pendengar. Dimana antar pendengar radio Rasika USA dapat saling berinteraksi, bertukar pikiran, saling membantu bahkan saling bersilaturahmi mengunjungi rumah antara satu dengan yang lainnya. Hal tersebut juga meningkatkan kesolidan, keakraban dan keharmonisan antar pendengar.

Kata kunci : Potensi, radio, program acara, kohesivitas sosial.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Peneliatan.....	6
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Metode Penelitian	9
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	9
2. Definisi Konseptual	10
3. Sumber dan Jenis Data.....	11
4. Teknik Pengumpulan Data.....	11
5. Teknik Analisis Data.....	12
G. Sistematika Penulisan Skripsi	13
BAB II	14
KERANGKA TEORI	14
A. Pengertian Potensi.....	14

B. Pengertian Radio.....	16
C. Program Acara Radio.....	19
D. Wisata Religi.....	22
E. Kohesivitas.....	25
F. Hubungan Kohesivitas dengan Potensi.....	28
BAB III.....	29
GAMBARAN UMUM RADIO RASIKA USA DAN POTENSI PROGRAM ACARA WISATA RELIGI RADIO RASIKA USA.....	29
A. Profil Radio Rasika USA	29
1. Visi Misi dan Jadwal Siaran.....	33
2. Prestasi dan Tarif Iklan	35
3. Program Acara Radio Rasika USA	36
4. Struktur Organisasi	40
5. Data Penelitian	40
B. Potensi Program Acara Wisata Religi Radio Rasika USA	57
BAB IV	60
ANALISIS POTENSI PROGRAM ACARA WISATA RELIGI RADIO RASIKA USA	60
A. Hasil Analisis Potensi Program Acara Wisata Religi Radio Rasika USA Untuk Meningkatkan Kohesivitas Sosial Pendengar	60
B. Bentuk Program Acara Wisata Religi Radio Rasika USA.....	62
C. Kendala Yang Dihadapi Radio Rasika USA Dalam Menyiarkan Program Acara Bermuatan Dakwah.....	65
BAB V.....	67
PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
C. Penutup	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Facebook Radio Rasika USA	32
Gambar 1.2 Instagram Radio Rasika USA.....	33
Gambar 1.3 Twitter Radio Rasika USA	33
Gambar 1.4 Youtube Radio Rasika USA	33
Gambar 1.5 Logo Radio Rasika USA	34
Gambar 1.6 WhattsApp Radio Rasika USA.....	38
Gambar 1.7 Acara Majelis Selametan Radio Rasika USA.....	39
Gambar 1.8 Acara Bincang Rasika USA	40

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Biaya Sponsor Program	37
Tabel 1.2 Biaya Iklan	37
Tabel 1.3 Biaya Program.....	37
Tabel 1.4 Hasil Wawancara	47
Tabel 1.5 Data Peserta Wisata Religi 4 Oktober 2020.....	49
Tabel 1.6 Data Peserta Wisata Religi 8 November 2020.....	53
Tabel 1.7 Data Peserta Wisata Religi 7 Desember 2020	57
Tabel 1.8 Data Peserta Wisata Religi Okt-Des 2020	60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era millennial saat ini teknologi dan informasi berkembang sangat pesat. Kejadian disekitar kita maupun di belahan dunia lain dapat kita ketahui dengan mudah. Kemajuan teknologi tersebut membawa dampak bagi penggunaannya. Ibarat sebuah bola yang menggelinding di lapangan, tergantung dari siapa yang menendang bola itu, dalam kondisi apa bola itu ditendang serta bagaimana kondisi seseorang yang terkena tendangan tersebut. Adapun salah satu dampak positifnya yaitu media sebagai alat pertukaran informasi sedangkan dampak negatifnya yaitu dapat memengaruhi perilaku sosial seseorang, contohnya ketika kita sedang berada di suatu forum tetapi setiap orang malah asik dengan gadgetnya (Bungin,2006:321).

Pada saat ini masyarakat dapat dengan leluasa mencari dan mendapatkan informasi dari berbagai media. Tentunya berbagai media tersebut senantiasa memberikan informasi dan inovasi yang terbaik untuk masyarakat. Media saat ini sudah menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat, baik visual maupun audio visual. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang setiap waktu selalu bersentuhan dengan media atau alat komunikasi (*handphone*). Oleh sebab itu komunikasi dengan menggunakan media saat ini memiliki pengaruh yang sangat besar untuk merubah dan membentuk masyarakat.

Denis McQuall mendefinisikan media sebagai sebuah jendela yang mampu memperlihatkan kita untuk melihat dunia, sebuah penafsir yang membantu kita untuk memahami pengalaman, dan sebuah *platform* yang membawa informasi (Hamdan,2006:407). Anang Sugeng Cahyono dalam penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia* mengatakan bahwa di era globalisasi saat ini perkembangan teknologi semakin pesat dan hadirnya internet juga

semakin dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam kegiatan sosialisasi, pendidikan, bisnis, dsb. Hal demikian terjadi sejak berdirinya *Google* pada tahun 1998, lalu muncul situs untuk pembuat blog pribadi bernama *Blogger* pada tahun 1999, dan hingga saat ini banyak sekali bermunculan media sosial yang seringkali digunakan masyarakat seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*.

Disisi lain, radio sebagai salah satu bentuk media yang mengedepankan sisi musikalitas dalam program acaranya saat ini banyak dikembangkan lagi dalam cakupan yang luas. Tidak hanya ada musik saja, tetap berbagai kebutuhan informasi pun dapat dijadikan sebagai program acara (Romli,2016:76). Tidak hanya itu, kini banyak stasiun radio yang berlomba-lomba untuk mempertahankan eksistensinya dengan cara menciptakan sebuah inovasi baru yaitu menggunakan radio *streaming*. Mereka mulai aktif diberbagai media sosial serta menyajikan berbagai program acara yang menarik sesuai dengan segmentasi pendengarnya.

Menurut Vane-Gross, ketika kita akan membuat suatu jenis program acara itu sama artinya dengan kita menentukan daya tarik dari program acara tersebut (Morissan, 2011: 218). Melihat kenyataan yang ada saat ini, program acara hiburan lebih banyak disajikan dan pendengar lebih menyukai program hiburan dibandingkan program acara yang bermuatan dakwah. Oleh sebab itu, program acara bermuatan dakwah harus inovatif serta menarik agar tidak monoton dan tidak membosankan ketika didengarkan. Mengelola program acara yang bermuatan dakwah sebenarnya hampir sama dengan mengelola program acara hiburan. Hal penting yang harus diperhatikan dalam membuat program acara yaitu mengemas kualitas programnya dengan sangat baik sehingga dapat menarik perhatian pendengar (Rahayu dkk, 2019: 140-141).

Radio menempatkan pendengarnya sebagai subjek, penyiar dan crew yang terlibat untuk dapat menarik simpati pendengar. Dalam merencanakan sebuah program acara harus mempersiapkan materi siar yang sifatnya harian, mingguan, dan bulanan. Selain itu juga

mempersiapkan sarana pra sarana serta perencanaan masalah administrasi (Triartanto,2010:96).

Radio merupakan salah satu media yang sering digunakan untuk berdakwah. Dakwah merupakan suatu tindakan menyampaikan ajaran-ajaran Islam ke masyarakat luas. Sebagai umat Islam kita senantiasa dituntut untuk dapat menyaring dan memilih informasi agar tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam (Munir, 2006: 14). Islam juga mengajarkan agar sesama umat manusia harus saling bersilaturahmi atau yang biasa disebut dengan *hablum minannas* (menjalin hubungan antara manusia dengan manusia). Manusia sebagai makhluk sosial dilahirkan untuk selalu hidup bermasyarakat, dimanapun dan kapanpun pasti akan selalu membutuhkan bantuan dari orang lain karena ia tidak dapat hidup sendirian.

Oleh sebab itu, dalam agama Islam bersilaturahmi sangatlah penting. Menjalin silaturahmi merupakan salah satu cara mewujudkan *ukhuwah islamiyah*. Setiap manusia pasti akan terlibat dalam berbagai hubungan sosial mulai dari interaksi atau bahkan sampai hubungan ketergantungan. Adanya hubungan tersebut dapat menghadapi dan mengatasi berbagai kebutuhan setiap hari serta akan mempengaruhi kohesivitas sosial di suatu daerah tertentu (Sholeh, 2017: 23).

Menurut Williams, kohesivitas sosial adalah suatu kesatuan kelompok, dimana satu orang dengan orang yang lainnya saling tertarik, saling berinteraksi, saling ketergantungan, saling menghargai dan memiliki waktu tertentu untuk bersama. Sedangkan D. Levi mengartikan kohesivitas sebagai peningkatan komitmen dan ketertarikan individu untuk bergabung pada suatu kelompok. Hasil penelitian Lam menunjukkan bahwa komunikasi dalam sebuah pertemuan meningkatkan kohesivitas sosial dan mengurangi kemalasan sosial hingga 53% (Krisnasari dkk, 2017:15).

Penulis juga melakukan wawancara kepada para peziarah (pendengar radio Rasika USA) dan pihak radio Rasika USA. Hasil wawancara

menunjukkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya kohesivitas sosial antar peziarah (pendengar radio Rasika USA) antara lain satu individu dengan yang lain memiliki sebuah kesamaan, saling interaksi, saling memberi dukungan, dan saling bersilaturahmi dari rumah ke rumah. Selain itu pihak radio Rasika USA juga mengungkapkan bahwa sejak adanya program acara wisata religi, pendengar dan peziarah radio semakin meningkat. Pihak dari radio Rasika USA pun sangat akrab dengan para peziarah, sebab mereka tidak hanya ikut sekali duakali saja jadi rasa kekeluargaan di dalamnya sangat terasa. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kohesivitas merupakan salah satu bentuk ikatan dan kekuatan suatu kelompok dalam mencapai sebuah tujuan. Ketika usaha dari setiap individu digabungkan untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan maka hasilnya akan lebih maksimal. Contohnya seperti seseorang akan lebih bersemangat untuk menjalankan tugasnya apabila dibantu atau mendapat dukungan dari orang-orang disekitarnya.

Pada penelitian yang dilakukan French (dalam Shaw,1979) mengenai hubungan antara kohesi dengan kualitas interaksi. French melakukan perbandingan antara kelompok yang terorganisasi dengan kelompok yang tidak terorganisasi dan tiap kelompok diminta untuk memecahkan suatu masalah. Hasil observasi menunjukkan bahwa kelompok yang terorganisasi lebih kohesif daripada kelompok yang tidak terorganisasi.

Salah satu bentuk usaha radio Rasika USA dalam berdakwah serta dapat meningkatkan kohesivitas sosial pendengarnya yaitu dakwah melalui radio. Hampir sama dengan radio-radio lain, pesan dakwah radio Rasika USA dikemas dalam bentuk acara siaran radio yang bermuatan dakwah seperti pada program Majelis Selamatan khusus hari Jum'at dan Majelis Selamatan yang disiarkan secara *live* setiap hari pukul 20.00 – 21.00 wib dan ada juga program acara Mutiara Hikmah yang berisi pengajian. Namun yang menjadi pembeda antara radio Rasika USA dengan radio lain, seperti DAIS, Besf fm Semarang, POP fm, dsb guna

meningkatkan kohesivitas sosial pendengarnya yaitu pada program acara Wisata Religi yang diselenggarakan oleh radio Rasika USA untuk masyarakat atau pendengarnya. Adanya program acara tersebut nampaknya menarik minat pendengar untuk turut serta berpartisipasi sehingga membentuk suatu kelompok yang terdiri dari berbagai daerah. Sebab apabila kita amati sampai saat ini masih banyak orang yang acuh tak acuh antar sesama orang lainnya. Apalagi pendengar radio, banyak sekali orang yang mendengarkan radio namun tidak kenal dengan penyiarinya atau bahkan tidak kenal dengan pendengar lainnya. Dari hasil pengamatan yang dilakukan oleh penulis selama tiga kali mengikuti program acara Wisata Religi bersama pendengar radio Rasika USA menunjukkan adanya suatu ketertarikan, komitmen, solidaritas, dan interaksi antar pendengar (peziarah).

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis ingin mengetahui apakah radio Rasika USA ini telah menunjukkan kemampuan yang maksimal dalam berdakwah serta dapat meningkatkan kohesivitas pendengar. Hal tersebut perlu dievaluasi agar dapat mengetahui bagaimana potensi radio Rasika USA dalam berdakwah guna meningkatkan kohesivitas sosial pendengar serta mengetahui antusias dan minat masyarakat, khususnya pada program acara Wisata Religi. Disisi lain juga karena belum ada penelitian yang mengkaji mengenai potensi yang dimiliki oleh radio Rasika USA, maka penulis mengambil judul skripsi **“Potensi Program Acara Wisata Religi Radio Rasika USA Untuk Meningkatkan Kohesivitas Sosial Pendengar”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah yaitu bagaimana potensi program acara Wisata Religi radio Rasika USA untuk meningkatkan kohesivitas sosial pendengar?

C. Tujuan Penelitian

Dari hasil rumusan masalah diatas, maka penulis ingin mencapai sebuah tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Menjelaskan bagaimana potensi program acara Wisata Religi radio Rasika USA untuk meningkatkan kohesivitas sosial pendengar.
2. Untuk menjelaskan apa saja kendala yang dihadapi dalam menyiarkan program acara yang bermuatan dakwah, khususnya pada program acara Wisata Religi radio Rasika USA.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh penulis, semoga dapat memberi manfaat kepada :

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap semoga penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan dan dapat berkontribusi pada perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi peneliti

Hasil penelitian ini semoga dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang ilmu komunikasi, radio dan dakwah serta dapat mengembangkan ilmunya.

b) Bagi lembaga

Sebagai tolok ukur sebuah lembaga guna mengetahui tentang bagaimana peran program wisata religi dalam meningkatkan kohesivitas sosial pendengar.

c) Bagi pembaca

Adanya penelitian ini semoga dapat bermanfaat dan memberi informasi serta pemahaman kepada pembaca.

E. Tinjauan Pustaka

Penulis telah melakukan penelusuran literatur dan hasilnya ditemukan beberapa skripsi atau penelitian yang sama-sama mengkaji atau berkaitan dengan penelitian ini. Adapun penelitian pertama dengan judul *Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat* oleh Mohammad Insan Romadhan dan Dewi Sri Andika Rusmana tahun 2017. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menghasilkan data berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang serta perilaku yang dapat diamati. Hal tersebut guna mengetahui bagaimana potensi sebuah media sosial sebagai sarana promosi pariwisata berbasis partisipasi masyarakat.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa memang ada sebuah partisipasi masyarakat dalam mempromosikan pariwisata melalui sosial media, namun hal tersebut kemungkinan tidak disadari oleh masyarakat. Contohnya seperti ketika seseorang sedang berkunjung ke suatu tempat wisata pasti akan mengambil gambar kemudian mengunggahnya ke media sosial yang mereka punya. Kesamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama mengkaji tentang sebuah potensi. Perbedaannya, penelitian tersebut mengkaji tentang potensi media sosial sedangkan penulis mengkaji tentang potensi sebuah program acara radio.

Selanjutnya yaitu penelitian berjudul *Potensi Media Sosial Bagi Usaha Kecil Dan Menengah (UKM Di Malang Raya* oleh Swasta Priambada tahun 2017. Penelitian tersebut merupakan sebuah penelitian observasional deskriptif. Penelitian tersebut dilakukan guna mengidentifikasi media sosial mana yang sering digunakan serta dianggap paling efektif untuk membantu pemasaran UKM. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Whatsapp* (87,8%), *Facebook* (75,6%), dan *Instagram* (58,5%). Menurut responden ketiga media sosial tersebutlah yang dianggap paling efektif digunakan untuk memasarkan UKM. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan penulis

yaitu sama-sama memiliki fokus pada potensi. Sedangkan perbedaannya terletak pada media yang digunakan.

Kemudian penelitian ketiga, yaitu skripsi milik Rizqi Laila Inayati (2018) Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang yang berjudul "*Analisis Potensi Dan Kendala Dalam Pengembangan Objek Wisata Edukatif Di Desa wisata Margorejo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus*". Dalam penelitiannya tersebut, Rizqi Laila Inayati menggunakan metode penelitian deskriptif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Desa Wisata Margorejo mempunyai 96% tingkat kelayakan untuk dikembangkan sebagai sebuah objek wisata edukatif. Hal tersebut dikarenakan Desa Wisata Margorejo memiliki daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Adapun penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu mengkaji tentang sebuah potensi. Perbedaannya yaitu penelitian tersebut mengkaji tentang sebuah objek wisata sedangkan penelitian yang dilakukan penulis mengkaji tentang program acara radio.

Selanjutnya, penelitian keempat yaitu penelitian yang dilakukan oleh Morida Siagian (2018) Fakultas Teknik Universitas Sumatera yang berjudul "*Kohesi Sosial Masyarakat di Kawasan Megapolis (Studi Kasus Kawasan Kampung Keling, Medan, Indonesia)*". Dalam penelitiannya tersebut Morida Siagian menggunakan metode kualitatif dengan cara wawancara mendalam. Penelitian tersebut menyatakan bahwa Kampung Keling menjadi sebuah kawasan modern yang juga mendorong sebuah perubahan nilai ruang dari *use living value ke exchange value*. Hadirnya kampung Keling tersebut malah tidak menimbulkan konflik antar masyarakat Tamil dan Cina justru mereka saling berinteraksi secara harmonis. Persamaan penelitian ini dengan penelitian milik Morida Siagian dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu sama-sama mengkaji tentang kohesivitas sosial masyarakat. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian milik Morida Siagian pada masyarakat Kampung Keling dan penulis pada pendengar radio.

Penelitian kelima yaitu penelitian oleh Farhanudin Sholeh (2017) yang berjudul “*Membangun Kohesivitas Kelompok Dalam Bingkai Ukhuwah Wathaniah*”. Dalam penelitian tersebut menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat enam hal untuk meningkatkan kohesivitas kelompok, salah satunya yaitu dengan saling meningkatkan dukungan terhadap anggota kelompok dan adanya sifat saling solidaritas. Persamaan penelitian ini dengan penelitian milik Farhanudin Sholeh yaitu sama-sama mengkaji tentang sebuah kohesivitas. Perbedaannya yaitu penelitian milik Farhanudin Sholeh dalam bingkai *ukhuwah wathaniyah* sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada pendengar radio.

Dari keseluruhan penelitian diatas, semua saling berkaitan dan saling melengkapi. Semua meneliti tentang potensi dan kohesivitas dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan objek penelitian yang berbeda-beda.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan pendekatan penelitian kualitatif dengan memahami fenomena yang diamati. Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan yang biasa juga disebut dengan penelitian lapangan kehidupan masyarakat. Tujuan dari adanya penelitian ini untuk menghimpun data atau informasi tentang suatu masalah tertentu dengan menggunakan teknik wawancara, observasi serta dokumentasi (Bakhtiar,1997:14).

Penelitian dengan menggunakan metode kualitatif berarti penelitian dengan menghasilkan kemudian dideskripsikan dengan kata-kata tertulis atau lisan berdasarkan pendapat dari masyarakat dan perilaku yang di amati. Metode kualitatif biasanya akan lebih mudah jika bersinggungan langsung dengan kenyataan. Metode kualitatif juga menunjukkan secara

langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden. Metode kualitatif umumnya juga lebih peka dan dapat menyesuaikan diri dengan banyak pendalaman. Penelitian dengan metode kualitatif berarti menyusun sebuah desain secara terus menerus sesuai dengan fakta yang ada di lapangan (Hikmat,2011: 37).

2. Definisi Konseptual

Azwar (2010:74) menyatakan bahwa definisi konseptual yaitu definisi tentang variabel yang kemudian dirumuskan menggunakan konsep yang jelas sesuai karakteristik variabel yang sedang diamati. Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul skripsi ini, maka penulis menjelaskan batasan-batasan konsep dalam penelitian ini.

Potensi dalam penelitian ini dianggap penting karena sebuah media memiliki sesuatu yang dapat terus dikembangkan. Adanya potensi tersebut dapat menimbulkan kohesivitas sosial masyarakat. Masyarakat yang lebih kohesif tentunya akan menimbulkan rasa aman dan nyaman disuatu daerah. Sebab dengan adanya kedekatan emosional, keakraban dan kesolidan antara satu dengan yang lain akan membawa dampak positif dalam hidup bermasyarakat. Penelitian ini memiliki fokus pada program acara di sebuah stasiun radio. Dalam memilih program acara, pendengar sangatlah selektif. Mereka hanya akan memilih program acara yang menurutnya menarik untuk didengarkan, sementara program acara yang menurutnya kurang baik dan kurang menarik tentu akan dilewati begitu saja. Oleh sebab itu, program acara yang disajikan harus menarik agar memiliki banyak potensi dalam berbagai hal.

Program acara yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu program acara Wisata Religi radio Rasika USA yang memiliki potensi untuk meningkatkan kohesivitas sosial pendengar.

3. Sumber dan Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data lapangan (*field research*) dan data kepustakaan (*library research*) untuk mendapatkan data penelitian. Sehingga terdapat 2 sumber data, yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer yaitu suatu objek atau dokumen original sedangkan sumber data sekunder yaitu semua data yang dikumpulkan dari berbagai sumber lain, biasanya berupa data penunjang atau penguat.

Sumber primer dalam penelitian ini berupa hasil wawancara dengan responden (pendengar atau peziarah) yang mengikuti program acara Wisata Religi. Sedangkan sumber sekunder berupa data diperoleh dari pengelola radio Rasika USA dan literatur buku.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mencari dan mendapatkan informasi yang valid agar dapat menjawab permasalahan di atas, maka penulis menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, antara lain :

a. Teknik observasi (Pengamatan)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik observasi guna menjawab masalah keadaan objek penelitian. Penulis mengadakan pengamatan langsung terhadap kondisi lapangan *off air* (wisata religi) dan *on air* radio Rasika USA.

b. Teknik dokumentasi

Penulis menggunakan teknik dokumentasi ini guna memperoleh data berupa sejarah, visi dan misi, program acara, stuktur organisasi serta data kegiatan yang berasal dari kepustakaan dan arsip radio Rasika USA.

c. Teknik wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik mengumpulkan data dengan cara melakukan kontak komunikasi atau hubungan pribadi antara pengumpul data (pewawancara) dengan sumber data (responden) baik

secara langsung maupun tidak. Adapun yang responden dalam penelitian ini yaitu pendengar radio Rasika USA yang mengikuti program acara Wisata Religi.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses pencarian dan penyusunan data secara sistematis berdasarkan hasil dari wawancara, observasi lapangan dan dokumentasi yang kemudian dianalisis lalu diolah dengan melakukan klasifikasi data. Klasifikasi data terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan serta verifikasi data (Siyoto, 2015:122).

Analisis data juga sering disebut dengan kegiatan untuk mengamati, mengkaji, menyelidiki, meneliti, mengklasifikasikan dan membandingkan data yang ada. Setelah data terkumpul dan diklasifikasikan sesuai jenisnya. Selanjutnya data tersebut dianalisis. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis deskriptif. Dalam menganalisis data, langkah pertama yang dilakukan yaitu melakukan pengamatan dan mengumpulkan data pendukung lainnya, kemudian mengolah data tersebut lalu dipilih mana yang konsisten dan valid. Setelah membaca mempelajari dan menelaah data langkah selanjutnya yaitu melakukan pengurangan data secara abstraksi. Abstraksi yaitu membuat rangkuman yang secara inti. Langkah berikutnya yaitu menyusun data dalam satuan sesuai dengan kategorinya. Tahap akhir dari analisis data ini adalah mengadakan pemeriksaan kebenaran data. Setelah itu baru melakukan penafsiran data dalam mengolah hasil sementara menjadi teori substantif dengan menggunakan beberapa metode (Moleong, 2011: 247).

Dalam proses menganalisis data, peneliti memilih metode penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan teknik analisis data interaktif. Peneliti akan mendeskripsikan fakta dan data dari hasil penelitian, kemudian akan menganalisa sehingga peneliti mampu menarik kesimpulan

dari potensi program acara Wisata Religi radio Rasika USA dalam meningkatkan kohesivitas sosial pendengar.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah dalam penulisan skripsi, penulis membuat sistematika sesuai dengan pedoman penulisan skripsi yang berlaku di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo sebagai berikut :

1. Bagian awal : judul, halaman, nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, persembahan, abstrak, kata pengantar, dan daftar isi.
2. Bagian isi yang terdiri dari lima bab yaitu :

Bab I Pendahuluan, berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian (pendekatan penelitian, definisi konseptual, sumber dan jenis data, pengumpulan data, teknik analisis data).

Bab II Kerangka Teori, membahas tinjauan umum tentang pengertian potensi, pengertian radio, program acara radio, wisata religi dan kohesivitas.

Bab III Gambaran Umum Objek Penelitian, berisi tentang gambaran umum dari objek penelitian yaitu profil radio Rasika USA meliputi sejarah, visi dan misi, struktur organisasi dan program acara radio Rasika USA.

Bab IV Analisis Data Penelitian, berisi mengenai hasil analisis data penelitian yang dilakukan yaitu menganalisa potensi program acara Wisata Religi untuk meningkatkan kohesivitas sosial pendengar.

Bab V Penutup, berisi kesimpulan, kritik dan saran, serta kata penutup yang dilengkapi dengan beberapa lampiran yang penting dan relevan menurut penulis.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Pengertian Potensi

Istilah potensi menurut KBBI yaitu sesuatu yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan secara optimal. Apabila potensi tersebut sudah dikembangkan dengan baik, maka akan membuahkan hasil yang menguntungkan. Kata potensi berasal dari serapan bahasa Inggris yaitu *potencial* yang artinya kesanggupan, kekuatan dan kemungkinan. Potensi juga dapat diartikan sebagai sebuah kemampuan dasar dari sesuatu yang masih terpendam di dalamnya dan menunggu untuk diwujudkan (Wiyono,2006:37). Definisi lain menyebutkan bahwa potensi bisa disebut sebagai kekuatan, energi atau kemampuan yang terpendam dan belum dimanfaatkan secara optimal (Prihadhi,2004:6). Dalam hal tersebut tentunya radio memiliki banyak potensi, antara lain dapat digunakan untuk *marketing, campaign, brand image dan promotion*. Untuk mengetahui sebuah potensi perlu diadakan evaluasi-evaluasi lalu melakukan sebuah perbaikan secara terus-menerus (Noor,2019:58).

Sebuah peneliti lain pada tahun 1940 juga berusaha mencari tahu, apa alasan pendengar sehingga ia senang dan tertarik pada program acara di sebuah stasiun radio. Menurut teori *uses and gratification* yang diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Kart menyatakan bahwa pengguna media memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan suatu media untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya serta untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Blumer juga menambahkan bahwa masyarakat memiliki banyak alasan dalam bermedia. Mcquail dan rekannya mengemukakan empat alasan seseorang menggunakan media :

1. Pengalihan (*disersion*), maksudnya seseorang menggunakan media untuk melarikan diri dari aktivitas sehari-hari.
2. Hubungan personal, hal ini terjadi ketika seseorang menggunakan media sebagai teman.

3. Identitas personal, yaitu cara untuk memperkuat nilai-nilai individu.
4. Pengawasan (*surveillance*), yaitu adanya informasi mengenai media yang membantu seseorang dalam mencapai suatu tujuan (Musyafak dan Marfu'ah, 2020: 203-205).

Seiring berkembangnya zaman dan teknologi, eksistensi radio tidak pernah hilang. Nyatanya sampai saat ini masih banyak radio yang mengudara di Indonesia. Menurut Putera (2017) Berdasarkan hasil survei Maste pada tahun 2017, radio merupakan media penyebaran informasi dengan paling sedikit penyebaran *hoax* yaitu 1,20 pesen dibanding internet sebagai penyebar *hoax* terbanyak mencapai 92,40 persen. Menurut survei Nielsen pada kuartal III tahun 2017 menyatakan bahwa pendengar radio mengalami peningkatan dari tahun 2016 sampai 2017, ada sebanyak 62,3 juta orang pendengar yang terdiri dari 56% usia dibawah 35 tahun dan 44% merupakan orang dewasa (<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2016/Radio-Masih-Memilki-Tempat-Di-Hati-Pendengarnya.html> yang diakses pada 30 Maret 2021 pukul 20.34).

Berdasarkan data tersebut, tentu saja sebuah radio memiliki banyak potensi yang sangat besar. Adapun faktor yang harus dipertimbangkan oleh sebuah stasiun radio untuk mengetahui potensi apa yang dimiliki maka perlu adanya mencari tahu darimana potensi itu berasal, bisa dari SDM maupun program acara yang dimiliki. Selanjutnya yaitu membuat sebuah rancangan agar potensi tersebut dapat berkembang. Selain itu kedisiplinan dan konsistensi juga sangat diperlukan serta melakukan evaluasi secara berkala (<https://arryrahmawan.net/kiat-mengembangkan-potensi/> diakses pada 30 Maret 2021 pukul 22.05 wib). Ada berbagai macam bentuk potensi, diantaranya :

1. Potensi Sumber Daya Alam, potensi ini berupa air, batu bara, minyak dan sejenisnya.
2. Potensi Sumber Daya Manusia, potensi ini dapat dilihat dari kualitas manusia disuatu daerah atau suatu kelebihan/*skill* yang dimiliki oleh seseorang.

3. Potensi Wisata, potensi ini berupa wisata alam maupun wisata kebudayaan atau wisata buatan manusia yang memiliki daya tarik wisatawan sehingga perlu adanya pengembangan.
4. Potensi Media, potensi ini dapat dilihat dari banyaknya penggunaan media sehingga media tersebut masih tetap eksis. Ciri-ciri media yang berpotensi antara lain memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh media lain, memiliki daya tarik bagi pengguna dan selalu melakukan inovasi (<https://adykenzie.blogspot.com> diakses pada 20 April 2021 pukul 20.24 wib).

B. Pengertian Radio

Radio merupakan bentuk media yang bersifat auditif. Saat ini radio tidak hanya mengedepankan sisi musikalitas saja dalam programnya. Hal tersebut terlihat pada program radio saat ini yang tidak hanya menyajikan siaran musik namun berbagai informasi, edukasi dan hiburan ada dalam radio. Menurut Rahanantha (2008:42) radio merupakan suatu alat teknologi yang digunakan untuk mengirim sinyal dengan cara radiasi elektromagnetik dan modulasi (proses perubahan gelombang periodik menjadi sinyal dan mampu membawa informasi). Dengan demikian yang dimaksud radio itu bukan hanya dari bentuk luarnya saja tetapi banyak hal meliputi pemancar, studio dan pesawat penerima.

“Siaran radio merupakan salah satu jenis media massa yang digunakan sebagai saluran atau sarana komunikasi dan memiliki ciri khas utama yaitu bersifat auditif” (Romli,2004:4).

Dengan demikian, karena ciri khasnya yang bersifat auditif tersebutlah yang membuat masyarakat lebih menyukai radio sebagai media komunikasi yang cepat dan mudah dalam penerimaannya tanpa memerlukan keahlian khusus (Romli,2016: 77). Radio yaitu alat komunikasi yang jangkauannya sangat luas dalam waktu yang sama. Selain itu dengan harganya yang relatif murah banyak masyarakat yang memilikinya. Kepemilikan radio dalam jangka waktu dua dasawarsa

terakhir ini terus berkembang. Itu sebabnya radio memiliki potensi yang besar dalam penyebarluasan informasi. Menurut Michael C. Keith, tidak ada sejangkal tanah dan permukaan laut yang tidak terjamah oleh sinyal elektromagnetik yang dipancarkan oleh lebih dari 35.000 stasiun radio di seluruh dunia. Saat televisi mulai muncul, semula orang berfikir bahwa radio akan punah. Namun pada kenyataannya hingga kini jumlah radio terus bertambah (Romli,2017:5).

Seiring berkembangnya media di era sekarang, tentu saja radio terus menunjukkan eksistensinya dengan cara menghadirkan sebuah radio streaming yang dapat diakses dengan internet oleh siapapun. Berdasarkan data yang diperoleh dari Tempo.co sebuah perusahaan bernama PT. Mahaka Radio Integra Tbk (MARI) meluncurkan sebuah aplikasi radio *streaming* bernama *Noice* yang diunduh oleh 2000 orang sejak 24 jam pertama setelah diluncurkan dan meraih top 5 trending apps di *Google Play Store*. Hingga saat ini aplikasi tersebut sudah diupdate pada 17 Maret 2021 dan telah diunduh oleh lebih dari 100.000 orang serta mendapat rating 4, bintang dengan 8 ribu ulasan (<http://himakomuny.com/446/> yang diakses pada 30 Maret 2021 pukul 21.03 wib).

Secara umum radio memiliki karakteristik utama yaitu :

1. Bersifat auditif, maksudnya ialah radio hanya untuk didengar, dibacakan atau disuarakan kepada khalayak.
2. Menggunakan bahasa lisan, dalam artian bahwa radio menggunakan bahasa atau kalimat yang sering kita gunakan dalam percakapan sehari-hari supaya lebih mudah dipahami dan dimengerti oleh pendengar.
3. Bersifat sekilas, yaitu radio tidak bisa diulang kembali.
4. Bersifat global, dalam artian bahwa semua data dan fakta yang disajikan disusun ringkas dan tidak rumit agar mudah dipahami oleh pendengar.
5. *Teather of mind*, maksudnya radio harus bisa membangun imajinasi pendengar.

Seperti layaknya media yang lain, radio juga memiliki kelebihan dan kekurangan. Menurut Romli (2007:22-32), ada beberapa kelebihan dan kelemahan radio yaitu sebagai berikut:

1. Kelebihan

- a) Cepat dan langsung, berbeda dengan koran dan televisi yang harus melalui proses panjang dalam menyampaikan informasi.
- b) Radio termasuk media massa yang mengajak pendengarnya untuk berbicara, hal itu dapat dilihat dari penyampaian dan intonasinya yang terdengar akrab.
- c) Radio dapat didengarkan oleh semua kalangan.
- d) Dibandingkan dengan koran atau tv yang berlangganan, radio sangat murah atau bahkan tidak dipungut biaya.
- e) Siaran radio bersifat fleksibel, karena radio bisa didengarkan kapanpun tanpa mengganggu pekerjaan yang lain.

2. Kelemahan

- a) Siaran radio hanya sekilas, jadi mudah untuk dilupakan.
- b) Seringkali siaran radio dijumpai dengan siaran yang tidak detail dan tidak rinci.
- c) Ada batasan waktu.
- d) Terkendala sinyal.

Meskipun setelah kemunculan televisi dan internet masyarakat banyak yang meninggalkan radio karena dianggap kuno, saat radio masih tetap eksis dan diminati oleh sebagian masyarakat. Adapun jenis-jenis radio di Indonesia, antara lain :

1. Radio Publik

Radio publik ini juga disebut sebagai radio pemerintah, karena radio ini dipegang penuh oleh pemerintah. Contohnya Radio Republik Indonesia (RRI).

2. Radio Swasta

Radio swasta merupakan radio yang dipegang oleh perorangan yang sifatnya komersil. Contohnya seperti Rasika USA, PAS FM, Prambos,dll.

3. Radio Komunitas

Berbeda dengan radio publik dan swasta, radio komunitas ini sifatnya non-pemerintah dan hanya dipegang bersama-sama oleh beberapa orang yang tergabung dalam suatu komunitas. Contohnya radio MBS FM.

Radio biasanya juga disebut sebagai media buta karena hanya bisa menyiarkan audio tanpa visual. Meskipun demikian radio sampai saat ini telah menjalankan perannya sebagai sarana atau alat komunikasi media massa dan masih dipercaya oleh masyarakat. Radio merupakan media yang menduduki kekuasaan ke lima, setelah media pers yang dianggap telah menduduki kekuasaan keempat. Hal tersebut dikarenakan adanya beberapa faktor pendukung, antara lain:

1. Radio memiliki sifat langsung, artinya bahwa suatu informasi akan dapat langsung disiarkan dan tidak harus melalui proses yang rumit.
2. Radio tanpa mengenal jarak,waktu dan rintangan, maksudnya suatu pesan atau informasi yang disampaikan oleh seorang penyiar, pada waktu yang sama pendengar juga dapat menerima informasinya.

Radio mempunyai daya tarik, daya tarik tersebut disebabkan oleh tiga unsur : kata-kata lisan (*spoken word*), musik (*music*), efek suara (*sound effect*). Adanya *music* dan *sound effect* lah yang membuat siaran radio lebih hidup dan menarik (Ardianto, 2004: 119).

C. Program Acara Radio

Faktor yang paling penting untuk menentukan keberhasilan suatu stasiun radio yaitu program acara yang disajikan. Oleh sebab itu, upaya untuk mencapai keberhasilan tersebut diperlukan “*programming*” atau penata acara. Dalam merencanakan program acara harus mempertimbangkan : *product* (materi pada program yang banyak disukai

oleh pendengar), *price* (biaya yang harus dikeluarkan dalam membuat sebuah program), *place* (menentukan waktu siar yang tepat), *promotion* (bagaimana cara untuk mengenalkan dan menjual program guna mendapat iklan atau sponsor (Morissan, 2008: 201-202).

Dalam memproduksi sebuah program acara, diperlukan standar operasional prosedur (SOP), meliputi :

1. *Planning*, merencanakan produksi siaran dengan diskusi oleh tim kreatif dan para pelaksana siaran. Hasil *planning* ini berupa biasanya berupa rencana nama program acara, tujuan, target pendengar, durasi, musik, biaya produksi, promosi serta crew yang akan terlibat dalam pembuatan program.
2. *Collecting*, mencari atau mengumpulkan materi atau data yang akan digunakan, termasuk menghubungi calon narasumber.
3. *Writing*, semua materi yang diperoleh kemudian diklasifikasikan dan selanjutnya diketik secara utuh dalam kalimat yang siap baca.
4. *Vocal Recording*, apabila program acaranya *off air* maka perlu diadakan rekaman suara presenter yang membacakan naskah didalam ruang rekaman.
5. *Mixing*, menggabungkan materi yang telah dibaca saat *vocal recording* dengan beberapa musik pendukung atau lagu oleh operator (*mixerman*).
6. *On Air*, menayangkan program acara sesuai jam tayang yang telah disepakati. Khusus untuk produksi program acara yang sifatnya langsung (*live*) tidak memerlukan *vocal recorder*.
7. *Evaluation*, yaitu tim produksi melakukan evaluasi setelah program acara selesai guna mengembangkan program secara lebih lanjut. Hal yang perlu dievaluasi yaitu kekucarang materi, teknik yang digunakan, dan pengkoordinasian tim (Romli,2016: 80-81).

Perlu diketahui bahwa dalam memilih program acara, pendengar sangatlah selektif. Mereka hanya akan memilih program acara yang menurutnya menarik untuk didengarkan, sementara program acara yang

menurutnya kurang baik dan kurang menarik tentu akan dilewati begitu saja. Oleh sebab itu, agar program acara yang disajikan lebih menarik perhatikan beberapa petunjuk berikut, yaitu :

1. Pastikan program acara sudah sesuai dengan sasaran yang akan dituju, sebab program acara yang sasarannya tidak jelas biasanya tidak begitu terkenal dan programnya akan mengalami penurunan.
2. Isi acaranya harus unik dan spesifik, hendaknya isi acara dikemas secara unik dan fokus materi hanya ada satu topik yang kemudian dibahas secara keseluruhan dan detail.
3. Acara harus utuh, maksudnya tidak membahas di luar konsep yang telah menjadi patokan.
4. Usahakan program acara disajikan dalam bentuk yang bermacam-macam variasi, bisa berbentuk dialog atau monolog agar acara tidak terkesan monoton.
5. Acara harus ditempatkan pada waktu yang tepat, hal ini biasanya didasari pada kebiasaan mendengar dari masyarakat.
6. Usahakan program acara yang orisinil, bukan tiruan atau jiplakan dari stasiun radio lain (Romli,2016: 86-87).

Program acara dalam sebuah stasiun radio umumnya dikelompokkan menjadi beberapa bagian berdasarkan waktunya. Penataan acara menurut Prayuda (2005: 44) merujuk pada pembagian segmen acara berdasarkan stasiun radio di Amerika, antara lain:

1. *Morning Drive* mulai pukul 05.30 – 10.00.
2. *Daytime* mulai pukul 10.00 – 15.00.
3. *Afternoon Drive* mulai pukul 15.00 – 19.00 atau 20.00.
4. *Night Time* mulai pukul 19.00 atau 20.00 sampai tengah malam.
5. *Overnight* malam hari atau dini hari.

Pembagian tersebut guna menjadi patokan penyajian program acara yang disesuaikan dengan kegiatan orang pada umumnya. Misalnya pada program acara di pagi hari pada pukul 05.30 – 10.00, umumnya orang akan sibuk untuk mempersiapkan sarapan, pergi ke sekolah,

membersihkan rumah atau bergegas ke kantor. Tentu saja sangat tidak cocok apabila menyiarkan program acara yang serius karena seseorang tidak akan bisa fokus untuk mendengarkannya. Sajikan program acara yang dikemas dalam bentuk musik bernuansa semangat, sajikan juga informasi mengenai jalan raya dan cuaca, atau bisa juga dengan menyajikan tips atau trik yang menarik dan unik.

Pada acara siang hari umumnya dibagi menjadi 2 bagian, antara pukul 10.00 – 12.00 dan pukul 12.00 – 15.00 . Sajikanlah program acara obrolan seperti *Talk Show* dengan mendatangkan narasumber yang menarik pada pukul 10.00 – 12.00 , setelah itu sajikan musik untuk menemani makan siang pendengar. Pada pukul 12.00 – 15.00 bisa menyajikan berita atau topik mengenai agama, sosial dan sebagainya.

Di sore hari hingga menjelang malam antara pukul 15.00 – 19.00 bisa menyajikan program acara yang bervariasi. Misalkan cuplikan reportase pertandingan sepakbola, gaya hidup, siaran religi atau yang lainnya. Masuk pada program acara malam hari sekitar pukul 19.00 – 21.00 bisa diisi dengan musik hiburan, bisa berisi perkembangan musik, grup band, *American Top 40*, Indonesia Top 10 atau aliran musik. Hingga pada pukul 21.00 – 00.00 bisa menyajikan program acara yang menarik, misalnya drama radio, curhat atau bahkan musik pengantar tidur (Munthe,1996:66). Dengan sasaran yang jelas, maka acara akan lebih terarah dan menarik sehingga memiliki nilai jual yang tinggi.

D. Wisata Religi

Wisata religi merupakan salah satu jenis wisata yang kaitannya erat dengan sisi religiusitas yang dianut oleh umat beragama. Wisata religi umumnya berupa kegiatan berkunjung ke tempat yang dianggap keramat atau mulia dan memiliki makna tersendiri bagi umat beragama, biasanya seperti kuburan atau ke tempat yang memiliki sejarah, mitos serta legenda mengenai tempat tersebut. Wisata religi ini biasanya berhubungan dengan niat dan tujuan seseorang guna mendapat berkah ibrah, taushiah atau

hikmah dalam kehidupannya. Tetapi tidak sedikit juga yang melakukannya dengan tujuan untuk memperoleh restu, kekuatan batin, teguh dalam keimanan, bahkan memiliki harta yang melimpah (Chotib,2015: 412).

Sedangkan wisata religi yang dimaksud penulis lebih mengarah pada wisata ziarah (wisata keagamaan). Ziarah biasanya diartikan sebagai kunjungan ke makam atau kuburan orang yang sudah meninggal (Indah,2018: 50). Kata ziarah berasal dari bahasa Arab yang artinya berkunjung. Di daerah Jawa kata ziarah umumnya sama dengan kata *sowan* yang memiliki arti berkunjung dan *nyekar* (menabur bunga di atas makam). Selain menunjukkan rasa hormat bagi yang telah meninggal, ziarah tidak hanya dilakukan pada makam-makam para waliyullah saja, tetapi juga dimakam para leluhur ataupun makam keluarga kerajaan.

Imam Tirmidzi meriwayatkan satu hadits dimana Rasulullah saw bersabda :

قَدْ كُنْتُ نَهَيْتُكُمْ عَنْ زِيَارَةِ الْقُبُورِ، فَقَدْ أُذِنَ لِمُحَمَّدٍ فِي زِيَارَةِ قَبْرِ

أُمِّهِ، فَرُزُّوْهَا فَإِنَّهَا تُذَكِّرُ الْآخِرَةَ

Artinya: “Sesungguhnya dulu aku larang kalian untuk melakukan ziarah kubur. (kini) telah diizinkan bagi Muhammad untuk berziarah ke kubur ibunya. Maka berziarah kuburlah kalian, karena sesungguhnya ziarah kubur dapat mengingatkan pada akhirat”.

Menurut hadist di atas bisa diambil pelajaran, diantaranya bahwa pada awalnya Rasulullah melarang berziarah kubur dikarenakan pada waktu itu iman umat Islam masih lemah. Lalu pada kemudian hari Rasulullah membolehkan umatnya untuk berziarah kubur. Ziarah kubur menurut hadist diatas bisa menjadikan seseorang teringat akan kematian dan kehidupan diakhirat. Dalam beberapa riwayat lain kita juga dapat menemui keterangan bahwa Rasulullah juga pernah ziarah ke makam ibunya, *Sayidati Aminah*. Beliau juga pernah ziarah ke kompleks

pemakaman Baqi' untuk menziarahi ahli kubur para sahabat yang telah gugur di perang Badar dan Uhud, hadist riwayat Imam Muslim dari Abu Hurairah :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ : زَارَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَبْرَ أُمَّهِ فَبَكَى وَأَبْكَى مَنْ حَوْلَهُ

Artinya : “ Nabi Muhammad saw pernah melakukan ziarah ke makam ibunya, maka beliau mengeluarkan air mata dan menjadikan orang-orang disekitarnya juga mengeluarkan air mata .”

Dan Imam Malik dalam Muwatho'nya juga meriwayatkan :

إِنِّي بُعِثْتُ إِلَى أَهْلِ الْبَقِيعِ لِأُصَلِّيَ عَلَيْهِمْ

Artinya : “Sesungguhnya aku diutus (untuk melakukan ziarah) ke *ahlul baqi'* untuk mendoakan mereka.”

Menurut Syekh Nawawi Banten dalam kitabnya *Nashaihul 'Ibad* menyebutkan ada 4 macam motivasi seseorang untuk berziarah. Pertama, untuk tujuan mengingat mati dan akhirat. Kedua, ziarah dengan tujuan mendoakan orang yang sudah meninggal, biasanya berziarah ke makam saudara. Ketiga, ziarah dengan motivasi untuk mendapat keberkahan (*ngalap barokah*), biasanya ziarah semacam ini di sunahkan dengan mengunjungi makam upara ulama', wali, atau sesepuh yang dikenal baik pada masa hidupnya. Keempat, berziarah untuk memenuhi hak ahli kubur yang diziarahi, seperti berziarah ke makam orang tua. Dari beberapa penjelasan diatas, berziarah dengan motivasi apapun semestinya dilakukan sesuai dengan tuntutan syari'at tanpa ada motivasi lain yang bertentangan dengan apa yang telah diajarkan oleh agama.

Hal tersebut sesuai dengan yang dilakukan oleh radio Rasika USA dalam program acara Wisata Religi. Program tersebut merupakan bagian dari program acara Mutiara Hikmah. Program acara Wisata Religi yang

dilaksanakan setiap sebulan sekali itu bekerja sama dengan D'Nasima bus yang biasanya setiap melakukan kegiatan berwisata religi menggunakan 2 bus. Program acara Wisata Religi tersebut bertujuan untuk mengenang dan mendoakan para wali atau leluhur yang sudah meninggal dunia.

E. Kohesivitas

Kohesif dalam KBBI berarti melekat satu dengan yang lain, padu atau berlekatan. Sedangkan kohesivitas adalah suatu kesatuan kelompok. Maksudnya ialah dalam suatu kelompok terdapat kekuatan yang saling tarik menarik atau kekuatan yang mendorong seseorang untuk tetap berada di dalam kelompok tersebut. Kohesivitas suatu kelompok sangat dipengaruhi oleh tingkah laku dan komunikasi dari masing-masing individu di dalam suatu kelompok. Semakin tinggi intensitas komunikasinya, maka semakin tinggi pula tingkat kohesivitas kelompoknya (Iskandar dkk,2017:94).

Menurut Back mendefinisikan kohesivitas adalah daya tarik-menarik terhadap suatu anggota kelompok atau suatu ketertarikan interpersonal terhadap anggota lainnya. Selain itu menurut Festinger, kohesivitas yaitu suatu bentuk ketertarikan terhadap kelompok dan menimbulkan suatu interaksi sosial serta saling ketergantungan satu sama lain (Safitri dkk, 2015:16). Kohesivitas suatu kelompok secara umum dapat dilihat dari masing-masing anggota bagaimana mereka saling melakukan usaha untuk selalu membentuk ikatan emosional, keakraban dan kesolidan sehingga tiap orang memiliki komitmen yang tinggi dalam mempertahankan anggotanya untuk tetap berada di suatu kelompok tersebut. Menurut Mc Shane & Glinow, ada beberapa faktor yang dapat berpengaruh atas kohesivitas kelompok yaitu:

1. Adanya kesamaan

Kesamaan yang dimaksud disini yaitu adanya kesamaan pada latar belakang maupun kesamaan tujuan pada tiap-tiap individu.

2. Kedekatan

Sebuah kedekatan fisik maupun psikologis dapat mempengaruhi kohesivitas sosial seseorang.

3. Ukuran kelompok

Pada kelompok yang ukurannya kecil akan lebih kohesif dan lebih mudah melakukan aktifitas kelompok serta lebih mudah untuk mencapai tujuan bersama dari pada kelompok yang berukuran besar.

4. Terdapat interaksi

Suatu kelompok akan lebih kohesif apabila sering terjadi interaksi antar individu. Sebab interaksi merupakan salah satu faktor penting terjadinya kohesivitas di suatu kelompok.

5. Ketika ada masalah

Ketika dihadapkan pada suatu masalah, maka kelompok yang kohesif akan bersama-sama untuk mengatasi dan memecahkan masalah.

6. Keberhasilan kelompok

Kohesivitas suatu kelompok terlihat apabila suatu kelompok tersebut sudah memasuki level keberhasilan.

7. Adanya sebuah hubungan timbal balik dan saling memberi dukungan.

8. Tantangan

Kelompok yang memiliki kohesivitas tinggi akan menerima tantangan yang diberikan. Mereka akan menyelesaikan tugas yang diberikan, bukan menganggapnya sebagai masalah tetapi akan menganggap sebagai tantangan (Sholih, 2017:33).

Selain itu dalam penelitian yang dilakukan oleh Cohen, S. G. & Bailey, D. E., dalam jurnal *Qolamuna* ada beberapa hal yang dapat meningkatkan kohesivitas suatu kelompok, antara lain :

1. Mendorong ancaman eksternal

Adanya ancaman eksternal maka akan muncul sikap saling tolong menolong antar anggota kelompok, sehingga hal inilah yang menandakan terbentuknya kohesivitas yang kuat.

2. Membuat sejarah
Terdapat waktu dimana antar individu saling bertukar cerita dan pengalaman. Hal inilah yang akan menimbulkan kedekatan bersama antar individu.
3. Saling ketergantungan untuk mencapai tujuan bersama
Koordinasi antar anggota kelompok sangatlah penting dan kontribusi antar anggota juga sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan bersama, sikap saling ketergantungan tersebutlah yang dapat meningkatkan kohesivitas dalam suatu kelompok.
4. Saling menyempurnakan
Sesama anggota kelompok seharusnya untuk dapat saling menyempurnakan atau saling melengkapi satu sama lain.
5. Mengembangkan norma persahabatan dan kebersamaan
Suatu kelompok akan lebih kohesif apabila antar anggota saling menyukai satu sama lain, tidak ada unsur kebencian di dalamnya.
6. Meningkatkan dukungan antar anggota kelompok
Memberikan dukungan antar anggota akan dapat membantu dalam memecahkan masalah dan juga pasti akan meningkatkan kohesivitas di dalamnya.

Kemudian Berg dan Landreth (dalam Hermani dkk,2016: 2019) menjelaskan bahwa kohesivitas sosial dalam suatu kelompok dapat dikatakan tinggi apabila tingkat kepuasan pada kelompok semakin besar, memiliki sebuah komitmen yang tinggi, saling bekerjasama, memiliki komitmen yang tinggi, memiliki sebuah tujuan yang sama, ketertarikan antar anggota serta adanya komunikasi. Selain itu Berg dan Landreth juga menunjukkan bentuk dari adanya kohesivitas sosial kelompok dapat dilihat dari :

1. Antar anggota kelompok menjadi lebih produktif.
2. Tidak mudah terkena pengaruh dari luar.
3. Lebih terbuka antar anggota kelompok.

4. Mampu mengekspresikan perasaan dan mengungkapkan hal-hal yang lebih pribadi.
5. Mengikuti norma-norma kelompok.

F. Hubungan Kohesivitas dengan Potensi

Kohesivitas merupakan sebuah ikatan emosional, kesolidan dan keakraban antar anggota kelompok. Tumbuhnya kohesivitas sosial dalam suatu kelompok disebabkan oleh salah satu faktor seperti intensitas interaksi yang tinggi. Ketika seorang individu sering melakukan interaksi secara mendalam dan secara terus menerus hingga menimbulkan sebuah hubungan saling ketergantungan, maka semakin tinggi kohesivitas di dalamnya.

Disisi lain, interaksi juga dapat menimbulkan potensi. Potensi merupakan sebuah kemampuan yang dapat dikembangkan secara optimal. Potensi ini banyak bentuknya, salah satunya yaitu potensi media. Potensi media merupakan sebuah kemampuan yang masih terpendam pada media tersebut dan masih bisa dikembangkan lagi menjadi lebih baik.

Antara interaksi, kohesivitas dan potensi merupakan sebuah kesatuan yang saling berhubungan. Dimana interaksi dapat membentuk sebuah kohesivitas dan kohesivitas akan menimbulkan sebuah potensi. Contohnya seperti pada suatu kelompok yang memiliki intensitas bertemu dan berinteraksi yang tinggi serta memiliki tujuan yang sama maka terbentuklah sebuah kohesivitas di dalamnya. Lambat laun akan muncul berbagai macam potensi juga didalamnya.

BAB III
GAMBARAN UMUM RADIO RASIKA USA DAN POTENSI PROGRAM
ACARA WISATA RELIGI RADIO RASIKA USA

A. Profil Radio Rasika USA

Sekitar bulan Juni tahun 1990, H. Niti Soebroto mendirikan radio Rasika dan mulai mengudara dengan frekuensi AM 1242 Khz. Satu setengah tahun kemudian radio berpindah frekuensi dari AM menjadi FM stereo dengan frekuensi 107,55 MHZ. Pada tahun 1994, manajemen radio Rasika diambil alih oleh Ridloun Nasir dan kawan-kawan dari Surabaya dan berubah nama menjadi PT. Radio Rasika Dananda Utama. Lalu mendirikan radio di Kota Pekalongan yang sekarang bernama Rasika Pekalongan. Setelah itu pada 18 Maret 1998 mendirikan radio di Kabupaten Semarang bernama Radio Broadcast dan berubah nama menjadi radio Rasika USA yang disiarkan dari jalan Semangka No. 7 Ungaran. Pada bulan Agustus 2005, frekuensi radio Rasika USA berpindah dari FM 107,55 menjadi FM 105,6 MHz.

Dalam mengikuti perkembangan zaman dan teknologi, radio Rasika USA menghadirkan Rasika Digital Media, dimana para pendengar dapat terus mengikuti siaran langsung secara audio dan visual tanpa terbatas sinyal dan *coverage* area melalui *website* maupun *youtube* radio Rasika USA. Setiap hari, masuk ribuan pesan *whatsapp* dari para pendengar radio Rasika USA yang mengirimkan gambar maupun video tentang kejadian terbaru di jalan raya. Rasika USA Digital Media merangkum dan menampilkannya dalam Live Visual Radio serta postingan di media sosial. Radio Rasika USA ini merupakan *traffic* radio atau radio yang menyiarkan berita seputar lalu lintas atau kejadian di jalanan, sesuai dengan slogannya yaitu Kawan Pemandu Jalan.

USA merupakan *Trade Mark* yang diciptakan oleh radio Rasika sejak tahun 2006 dimana untuk menunjukkan *coverage* area meliputi Ungaran, Salatiga, Ambarawa dan kota Semarang. Saat ini kalimat USA

sudah sering digunakan oleh masyarakat serta netizen Semarang dan sekitarnya untuk menyebut segala hal yang viral di area Ungaran, Salatiga, Ambarawa dan kota Semarang, mulai dari makanan, wisata, kejadian, hingga jualan dagangan. Sehingga pihak radio Rasika USA senantiasa mengajak untuk semua pendengar, pemirsa serta *followers* untuk selalu menulis *hashtag* #rasikausa untuk bersama dengan radio Rasika mengangkat potensi masyarakat serta memperkuat roda perekonomian di Ungaraan, Salatiga, Ambarawa dan kota Semarang khususnya.

Berikut ini merupakan profil radio Rasika USA 105,6 FM :

Nama Badan Hukum : PT. Radio Rasika Denanda Utama

Alamat : Jl. Semangka No.7 Ungaran

Nama Station : Rasika USA 105,6 FM

Tanggal didirikan : NO. 13 tanggal 18 Maret 1998

Akte Notaris : Hadi Wibisono, SH

SIUP : 503/48/PKIV/2015

HO : 510.4/79.1/IG-B/2015

NPWP : 1.491.873.4.505.000

IPP : No. 84 Tahun 2017-2022 (5 tahun)

ISR Pemancar : 022633286-000SU/2020202025

Frekuensi : 105,6 FM

Slogan : Kawan Pemandu Jalan

Kantor Pusat : Jl. Semangka No. 7 Ungaran Kab. Semarang

Jumlah Karyawan : 17 orang

Daya Pancar : 2000 watt

Jangkauan Efektif : Kota Semarang, Ungaran, Salatiga, Ambarawa, Boyolali, Sragen, Demak, Jepara, Kudus, Pati, Rembang, Grobogan, Kendal

Jangkauan Tak Terduga: Tawangmangu, Temanggung, Ngawi (Jawa Timur)

Sistem Antena : Morse 4 bay

Radius Pancaran : 100 km

TX & Audio Equipment: Tx mosfet 2500 watt exciter rvr ptx 30 lcd, audio procesor optimod orban

Telp/fax : 024 6921067

No. Marketing : 024 6921067

SMS Siaran : 081 325 858 500

Jam Siaran : 19 jam

Jumlah Pendengar : 400 ribu pendengar

Website : rasikafm.com

Facebook : Rasika Ungaran Salatiga Ambarawa



Gambar 1.1 Beranda Facebook

Instagram : @rasikausa



Gambar 1.2 Instagram

Twitter: @RadioRasika



Gambar 1.3 Twitter

Youtube : rasika usa live



Gambar 1.4 Youtube

Kompisi Siaran : 40% musik dan hiburan, 20% iklan dan ilm, 15% informasi dan berita, 15% agama,10% pendidikan

Musik : Pop Indonesia 65%, Pop Barat/Manca 25%, Campursari 10%

Logo :



Gambar 1.5 Logo

Adapun sasaran pendengar radio Rasika USA secara geografis meliputi wilayah Ungaran, Salatiga, Ambarawa dan kota Semarang. Secara demografis meliputi pendengar berusia 15 sampai 55 tahun, status sosial ABCD, pendidikan minimal SMA. Secara psikologis meliputi masyarakat yang berciri terbuka (*extrovert*) terhadap informasi, religius (peduli terhadap etika dan moral) dan peka terhadap permasalahan lingkungan.

1. Visi Misi dan Jadwal Siaran

Setiap stasiun radio tentunya memiliki visi misi agar tercapai semua target dan tujuannya. Begitu juga dengan radio Rasika USA, adapun visi dan misi radio Rasika USA yaitu :

- a. Informasi dan hiburan yang memberikan solusi serta inovasi tiada hati
- b. Menyiarkan program siaran yang bermanfaat bagi masyarakat

- c. Mengutamakan kompetensi dan profesionalisme
- d. Fokus pada pelanggan
- e. Melakukan langkah-langkah terobosan di bisnis penyiaran

Jadwal Siaran Harian

- 04.00 – 05.00 Istighotsah
- 05.00 – 06.00 Mutiara Hikmah
- 06.00 – 12.00 Kelana Kota Pagi
- 12.00 – 13.00 Mutiara Hikmah
- Majelis Selamatan (khusus hari Jum'at)
- 13.00 – 15.00 Nglaras Sari
- 15.00 – 19.00 Kelana Kota Sore
- 19.00 – 20.00 Rasika Malam
- 20.00 – 21.00 Majelis Selamatan Live
- 21.00 – 22.00 Mutiara Hikmah
- 22.00 – 23.00 Istighotsah & Penutupan Siaran

Jadwal Siaran Khusus Hari Minggu

- 04.00 – 05.00 Istighotsah
- 05.00 – 06.00 Mutiara Hikmah
- 06.00 – 07.00 Rasika Kids
- 07.00 – 08.00 Satu Jam Bersama
- 08.00 – 10.00 Kelana Kota Pagi
- 10.00 – 12.00 Lanosta
- 12.00 – 13.00 Mutiara Hikmah
- 13.00 – 15.00 Didi Kempot Show
- 15.00 – 16.00 Hitz Musik
- 16.00 – 19.00 Kelana Kota Sore
- 19.00 – 20.00 Koes Plus
- 20.00 – 21.00 Majelis Selamatan Live
- 21.00 – 22.00 Mutiara Hikmah

22.00 – 23.00 Istighotsah & Penutupan Siaran

2. Prestasi dan Tarif Iklan

Suatu kebanggaan bagi sebuah stasiun radio apabila memiliki prestasi. Hal itu yang dirasakan oleh radio Rasika USA yang memiliki banyak sekali prestasi, antara lain :

1. Juara III Inovasi Program Radio pada Indonesia Radio Award 2012
2. Radio Terbaik Jawa Tengah pada KPID Jateng Award 2012
3. Juara I Kategori Iklan Layanan Masyarakat pada Swara Kencana RRI 2018
4. Rekor MURI Penyelenggara Festival Kuda Lumpung Terlama 2012
5. Rekor MURI penyelenggara Tari Tayub Terlama 2013
6. Rekor MURI Penyelenggara Festival Kuda Kepang Terlama 2013
7. Penyelenggara Festival Barongsai Pertama di Indonesia pada Tahun 2000
8. Pelopor Radio yang memutar lagu mandarin di Semarang sejak tahun 1999 s/d 2006
9. Memperoleh Penghargaan pada acara IRA (Indonesia Radio Award) 2011 untuk kategori Program Inovasi Terbaik ke-3 melalui Karya Rasika Digital 2.0 yang mensinergikan radio dan jejaring sosial pada bulan Juli tahun 2011
10. Radio Swasta Terbaik di Jawa Tengah dalam ajang Harsiarnas Juni 2012
11. Juara Pertama dalam ajang Indigo Fellowship 2013 dalam kategori Radio Digital Terbaik pada April 2013

Bagi pengiklan atau sponsorship yang ingin bekerja sama dengan radio Rasika USA berikut merupakan tarif iklan atau sponsor di radio Rasika USA :

Prime time : 06.00 – 20.00

Regular time : 04.00 – 06.00 dan 20.00 – 00.00

Tabel 1.1
Biaya Sponsor Program

Sponsor Program	30 Menit	60 Menit
Tunggal – Prime Time	Rp. 13.000.000	Rp. 15.000.000
Tunggal – Regular Time	Rp. 10.000.000	Rp. 13.000.000
So Sponsor – Prime Time	Rp. 10.000.000	Rp. 13.000.000
Co Sponsor – Regular Time	Rp. 7. 500.000	Rp. 10.000.000

Tabel 1.2
Biaya Iklan

Iklan	30 Detik	60 Menit
Spot Lepas – Prime Time	Rp. 750.000	Rp. 900.000
Sport Lepas – Regular Time	Rp. 600.000	Rp. 750.000
Adlips – Prime Time	Rp.750.000	Rp. 900.000
Adlips – Regular Time	Rp. 600.000	Rp. 750.000
Time Signal	Rp. 800.000	Rp. 1.000.000

Tabel 1.3
Biaya Program

Program	2 – 5 Menit
Live Report	Rp. 3.000.000
Radio Quiz	Rp. 3.000.000

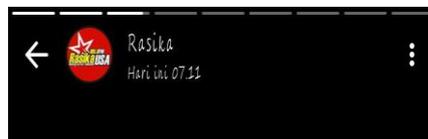
3. Program Acara Radio Rasika USA

Setiap radio tentu memiliki sebuah program acara yang umumnya dikemas dengan sedemikian rupa agar dapat menarik minat pendengar. Program acara merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan sebuah stasiun radio. Banyak stasiun radio yang

berlomba-lomba untuk menyajikan program acara yang unik dan menarik, tentunya berbeda dengan program acara pada stasiun radio lainnya. Adapun program acara radio Rasika USA sebagai berikut :

a. Kelana Kota

Program acara Kelana Kota merupakan sebuah program *on air* yang menyajikan informasi seputar lalu lintas, disiarkan setiap pagi pukul 06.00 – 12.00 wib dan sore pukul 15.00 – 19.00 wib. Program ini tidak hanya disiarkan melalui radio saja, tetapi juga disiarkan dan dipublikasikan ke akun *YouTube*, *Instagram* dan *Facebook*. Selain itu juga diinformasikan melalui *Story WhatsApp*. Pendengar yang mempunyai kontak *WhatsApp* admin radio Rasika USA bisa mengirimkan foto atau video tentang kejadian atau cuaca di jalan raya maupun suatu daerah, mulai pukul 05.00 – 23.00 wib. Adanya program acara ini guna memenuhi kebutuhan akan informasi jalan bagi pengendara yang akan berangkat beraktifitas dan pulang setelah beraktifitas.



Gambar 1.6 WhattsApp

b. Majelis Selametan

Program acara Majelis Selametan Rasika merupakan majelis tawassul, dzikir, yasin, sholawat, tahlil dan doa bersama untuk memohon keselamatan, kesehatan, kedamaian, kebahagiaan dan kesejahteraan seluruh bangsa Indonesia bahkan dunia. Program acara ini bisa di hadiri langsung oleh siapapun. Biasanya bertempat di Majid Al Mabur Ungaran atau di studio rasika. Program acara Majelis Selametan ini disiarkan secara *on air* dan *live Youtube* setiap hari pukul 20.00 – 21.00 wib dan pada pukul 12.00 – 13.00 wib khusus hari Jum'at.



Gambar 1.7 Majelis Selametan

c. Kabar Jawa Tengah

Kabar Jawa Tengah merupakan program acara yang disiarkan secara *flash news*. Menyajikan informasi berita terkini dan teraktual sekitar wilayah Jawa Tengah yang disiarkan bersama oleh radio Jaringan Radio Nusantara (JRN).

d. Bincang Rasika

Program acara Bincang Rasika merupakan sebuah acara perbincangan interaktif dengan menghadirkan narasumber yang variatif. Program acara ini dikemas dalam kategori yang

bermacam-macam, antara lain: Tanya Dokter, Halo Polisi, Usaha Anda, Goes To School/Campus, Wisata & Kuliner.

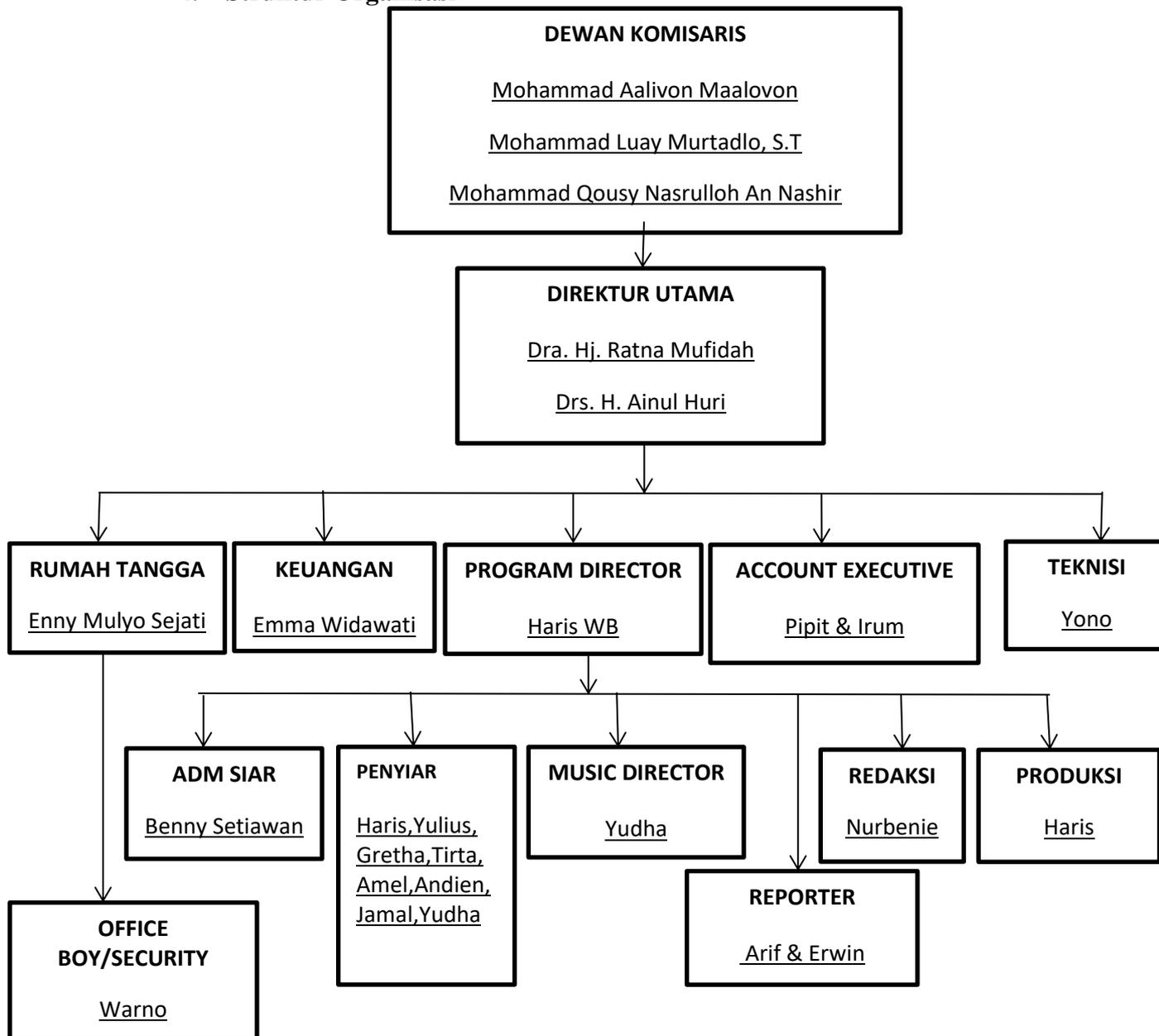


Gambar 1.8 Bincang Rasika

e. Mutiara Hikmah

Program acara Mutiara Hikmah merupakan program acara *On Air* dengan menghadirkan pengajian tasawuf berupa rekaman suara dari alm. KH Ahmad Asrori Al Ishaqi ra, seorang ulama mursyid dengan jutaan jamaah di seluruh Indonesia. Selain itu biasanya juga menghadirkan beberapa ulama-ulama Rasika USA. Disiarkan mulai pukul 05.00 – 06.00 wib dan pukul 21.00 – 22.00 wib. Program acara ini memiliki satu program acara turunan bernama Wisata Religi. Program acara Wisata Religi ini berbeda dengan program acara lainnya. Program ini diadakan guna mengetahui sejarah dan napak tilas sesepuh yang ada di Jawa Tengah. Program ini tidak disiarkan secara *on air* tetapi pendengar dapat turut serta mengikuti program acara Wisata Religi tersebut dengan cara datang langsung ke studio atau menghubungi admin Rasika USA (Sumber : hasil wawancara dan data arsip radio Rasika USA).

4. Struktur Organisasi



5. Data Penelitian

Penulis telah mengumpulkan beberapa data untuk memperkuat penelitian. penulis melakukan wawancara dengan peserta ziarah selama tiga kali guna memperoleh data untuk melakukan penelitian, adapun pertanyaannya adalah sebagai berikut :

- Apakah anda sering mendengarkan radio Rasika USA?
- Bagaimana pendapat anda tentang program acara wisata religi?

- c. Apa alasan anda mengikuti program acara wisata religi?
- d. Apa yang anda rasakan saat mengikuti program acara wisata religi?
- e. Darimana anda tahu program acara wisata religi?
- f. Berapa kali anda mengikuti program acara wisata religi?
- g. Siapa saja yang anda ajak untuk mengikuti program acara wisata religi?
- h. Apakah anda kenal dengan peserta yang lain?
- i. Seberapa dekat hubungan anda dengan peserta lain?
- j. Apakah harapan untuk program acara wisata religi dan radio Rasika?

Dari pertanyaan-pertanyaan diatas, penulis merangkum hasil wawancara dalam tabel berikut ini :

NO	NAMA	HASIL WAWANCARA
1.	Bp. Bagus	“Program ini bagus, meskipun sempat terhenti karena covid. Kangen rasanya ikut acara seperti ini, bisa ketemu sama teman-teman. Tau program ini ya awalnya iseng-iseng dengerin Rasika, terus saya tertarik buat ini acara wisata religi ini.”
2.	Bp. Eko	“Saya selalu merindukan kegiatan seperti in. Bisa mendoakan sesepuh, menjalin silaturahmi. Alhamdulillah saya kenal semua dengan orang-orang yang ada disini. Malah sudah seperti keluarga. Awalnya saya diajak teman, nah keterusan sampai sekarang. Teman saya itu suka dengerin Rasika, terus sekarang saya juga jadi sering dengerin Rasika.”
3.	Bp. Yanto	“Program ini menurut saya sangat penting dan bagus, karena saya sendiri kan kalau mau ziarah yang jauh-jauh itu males dan susah juga

		<p>kalau harus ngumpulin orang buat ikut ziarah. Nah Rasika ini malah jadi tempat untuk orang-orang seperti saya ini. Karena menurut saya ya ziarah itu penting. Saya sudah berkali-kali ikut acara ini dan saya tidak bosan. Malah saya dan teman-teman yang lain juga ikut acara Rasika yang lainnya, seperti majelis dzikir.”</p>
4.	Bp. Maulana	<p>“Program ini sangat menarik, beda sama radio lain. Disini saya punya keluarga baru dari berbagai kalangan usia dan daerah. Saya tau acara ini ya dari radio Rasika yang biasanya mengumumkan acara ini. Ini kedua kalinya saya ikut dan insyaallah besok mau ikut lagi.”</p>
5.	Ibu Yatini	<p>“Acara ini sangat bagus. Kita jadi tau tentang sesepuh yang sudah mendahului kita dari berbagai daerah. Disini kita juga bisa kenal orang-orang dari berbagai daerah. Bisa bersilaturahmi. Dan orang-orang yang ikut acara ini juga baik-baik, malah kalau ketemu mereka itu rasanya seneng. Saya sudah ikut berkali-kali acara ini bareng sama suami dan anak saya. Awalnya ya tau dari suami saya yang suka dengerin radio.”</p>
6.	Yai Salamun	<p>“Program ini sangat bagus sekali. Saya juga sudah ikut berkali-kali, samapi tidak terhitung. Dan kali ini alhamdulillah saya mengajak beberapa santri saya. Biar mereka juga bisa tau sesepuh-sesepuh yang telah menyebarkan agama Islam yang belum banyak dikenal oleh masyarakat. Saya lebih suka mendengarkan</p>

		radio daripada televisi, dan tau acara ini ya karena sering dengerin rasika.”
7.	Bp. Nursaid	“Acara ini sangat bagus, menarik dan unik. Karena jarang sekali radio yang mengadakan acara wisata religi seperti ini. Kita bisa mendoakan ulama, kyai, sesepuh. Bisa bersilaturahmi juga dengan peserta yang lain. Acara ini cocok untuk orang seperti saya ini, suka kalau diajak berziarah. Saya juga sering ikut acara-acara yang lain seperti haul sama majelis selamatan, dizikir. Tau acara ini ya memang dari radio rasika, biasanya saya dengerin rasika pas lagi mobil sambil nyetir.”
8.	Ibu Sunarti	“Acara ini sangat bermanfaat sekali. Kita bisa mengingat mati, kita juga senantiasa mendoakan para kyai atau ulama. Menjalin silaturahmi dengan ibu-ibu dan bapak-bapak dari daerah yang berbeda. Saya ikut acara ini sudah beberapa kali, dan saya tau acara ini karena diajakin suami. Terus saya juga kalau cari informasi di Rasika, saya buka instagramnya sama facebooknya.”
9.	Ibu Barokah	“Acaranya sangat baik. Karena sebagai manusia kita juga perlu mendoakan orang yang sudah meninggal. Apalagi kita berziarah ke makam orang yang bisa dikatakan berjasa dalam menyebarkan ajaran Islam. Semoga acara ini terus ada, karena memang peminatnya banyak, saya sendiri juga sering ikut. Kadang sama suami, kadang sama anak, kadang juga

		sendirian. Udah biasa, karena memang sudah kenal sama peserta yang lain. bahkan kita juga punya grup WhatApps sendiri loh.”
10.	Bp. Sugiyono	“Acara ini bagus sekali, karena banyak manfaat yang bisa di dapatkan. Kita bisa mendoakan para ulama, bisa bersilaturahmi, bisa juga bercanda sama peserta yang lain, bisa bertukar pikiran juga. Jadi banyaklah manfaatnya. Tau program ini ya memang dari radio Rasika, kan biasanya dikasih tau kalau ada acara wisata religi lewat radionya. Terus saya menghubungi pihak radionya. Ini sudah berkali-kali saya ikut. Saya juga ikut acara majelis selamatan juga bareng sama bapak-bapak yang lain.”
11.	Bp. Iwan	“Acaranya sangat baik dan bagus. Bahkan saya sudah ikut sejak lama, saya ajak juga istri dan teman saya. Alhamdulillah banyak manfaat yang saya dapatkan. Saya bisa kenal sama banyak orang.”
12.	Ibu Muslihah	“Acara ini sangat bermanfaat, bagi saya dan bagi banyak orang. Selain untuk refreshing juga, acara ini bisa mengingatkan kita tentang kematian. Kita juga bisa saling bersilaturahmi. Punya keluarga baru. Saya juga sudah ikut beberapa kali, rasanya kalau sudah pernah ikut pasti pengen ikut lagi. Tau acara ini awalnya nggak sengaja dengerin radio, terus sekarang kalau ada waktu luang bingung mau ngapain pasti dengerin rasika, atau buka youtube nya. Disitu kan banyak informasi.”

13.	Eva	“Tau wisata religi ini diajakin sama pak Yai. Acaranya bagus, bermanfaat. Saya jadi tau makam ulama-ulama dari luar Semarang. Semoga besok diajakin lagi sama pak Yai, biar bisa kenal juga sama banyak orang. Bisa belajar juga.”
14.	Aulia	“Acaranya bagus. Saya diajak pak Yai buat ikut ziarah sama beberapa santri yang lain. Seneng bisa ikut acara ini, bapak-bapak sama ibu-ibu yang lain juga baik. Nyaman sama orang-orangnya. Pengen ikut terus malah.”
15.	Nilna	“Saya senang bisa diajak pak Yai buat ikut ziarah. Jadi tau makam-makam ulama atau kyai yang awalnya saya tidak tau. Bisa kenal juga sama yang lain. Orang-orangnya baik-baik.”
16.	Bp. Yoyok	“Acaranya sangat bagus, banyak manfaatnya. Semoga ziarahnya tidak hanya di Jawa Tengah saja. Biar kita juga bisa tau makam-makam penting lainnya. Saya tau acara ziarah ini ya dari dengerin Rasika, terus saya juga ikut acara majelis selamatan juga.”
17.	Bp. Sumiarso	“Acaranya cukup baik, karena sebagai umat Islam kita juga dianjurkan untuk berziarah supaya ingat mati. Selain itu juga bisa meringankan neban orang yang sudah meninggal. Apalagi ini ziarah ke makam sesepuh, sebagai wujud menghormati dan menghargai beliau. Saya tau acara ini awalnya diajak teman. Teman saya katanya suka dengerin radio, terus saya juga diajak ke acara-

		acara yang lain. jadi punya keluarga baru.”
18.	Ibu Sariningsih	“Bagus acaranya, jarang ada radio yang seperti ini. Saya jadi punya teman baru, punya keluarga baru. Awalnya saya tau ya dari iseng-iseng dengerin radio. Akhirnya saya tertarik dan ikut.”
19.	Ibu Murni	“Acara ini sangat penting, karena kita juga perlu mendoakan para leluhur-leluhur. Selain itu juga bisa menambah saudara karena yang ikut banyak. Saya sendiri juga susah ikut beberapa kali.”
20.	Bp. Sumarno	“Bagus acaranya. Saya baru pertama kali ikut. Menarik karena jarang sekali ada radio yang mengadakan ziarah seperti ini. Inshaallah kedepannya kalau ada lagi saya mau ikut. Orang-orang disini juga baik dan ternyata mereka sudah berkali-kali ikut.”
21.	Bp. Surawi	“Acara yang bagus sekali. Dengan acara ini kita jadi tau tentang napak tilas sesepuh-sesepuh. Semoga ada manfaat yang bisa diambil. Tau acara ini dari sering dengerin radio. Saya juga kadang ikut acara majelis selamatan, dzikir sama haul.”
22.	Ibu Pur	“Bermanfaat sekali acaranya. Bisa kenal sama banyak orang. Bisa bertukar cerita. Bersilaturahmi. Awalnya tau acara ini karena diajak suami. Kalau saya masih jarang ikut, tapi kalau suami saya sering ikut.”
23.	Bp. Wahib	“Acara ini sangat penting, karena kita juga perlu untuk berziarah, mendoakan para leluhur.

		Saya sudah sering kali ikut, bahkan sampai tidak terhitung.”
24.	Bp. Iwan	“program yang bermanfaat. Semoga programnya selalu ada karena program ini bagus. Saya tau acara ini karena saya dengerin radio, apalagi kalau pas dimobil. Rasika ini kan biasanya ada info-info dijalan.”
25.	Bp. Wiyarso	“Ini acara yang selalu saya nantikan, karena ini hanya satu bulan sekali dan banyak manfaatnya. Kita bisa mengenal banyak orang. Taunya ya karena memang saya suka dengerin radio, terus langsung menghubungi rasika.”

Tabel. 1.4 Hasil Wawancara

NO	NAMA	JAM KUMPUL	TITIK JEMPUT
1.	Pak Has	6:30	Masjid mabrur ungaran
2.	Bu Has	6:30	Masjid mabrur ungaran
3.	Yai Asep	6:30	Masjid mabrur ungaran
4.	Ratna 1	6:30	Masjid mabrur ungaran
5.	Ratna 2	6:30	Masjid mabrur ungaran
6.	Ibu Endang	6:30	Masjid mabrur ungaran
7.	Pak Sumarno	6:30	Masjid mabrur ungaran
8.	Afifah	6:30	Masjid mabrur ungaran
9.	Cucu Yatini	6:30	Masjid mabrur ungaran
10.	Ibu Yatini	6:30	Masjid mabrur ungaran
11.	Bu Asri 1	6:30	Masjid mabrur ungaran
12.	Bu Asri 2	6:30	Masjid mabrur ungaran
13.	Bu Asri 3	6:30	Masjid mabrur ungaran
14.	Mb Ve 1	6:30	Masjid mabrur ungaran

15.	Mb Ve 2	6:30	Masjid mabrur ungaran
16.	Emma Ungaran 1	6:30	Masjid mabrur ungaran
17.	Emma Ungaran 2	6:30	Masjid mabrur ungaran
18.	Emma Ungaran 3	6:30	Masjid mabrur ungaran
19.	Pipit Ungaran	6:30	Masjid mabrur ungaran
20.	Monic Ungaran 1	6:30	Masjid mabrur ungaran
21.	Monic Ungaran 2	6:30	Masjid mabrur ungaran
22.	Monic Ungaran 3	6:30	Masjid mabrur ungaran
23.	Pak Yanto	5.00	Garasi
24.	Mutiah Fajar Zain 1	6:30	Masjid mabrur ungaran
25.	Mutiah Fajar Zain 2	6:30	Masjid mabrur ungaran
26.	Mutiah Fajar Zain 3	6:30	Masjid mabrur ungaran
27.	Mutiah Fajar Zain 4	6:30	Masjid mabrur ungaran
28.	Maulana	6:30	Masjid mabrur ungaran
29.	Yai Salamun	6:30	Masjid mabrur ungaran
30.	Nyai Salamun	6:30	Masjid mabrur ungaran
31.	Ibu Lestari	6:30	Masjid mabrur ungaran
32.	Ibu Alfiah	6:30	Masjid mabrur ungaran
33.	Tsania	6:30	Masjid mabrur ungaran
34.	Eka	6:30	Masjid mabrur ungaran
35.	Aulia	6:30	Masjid mabrur ungaran
36.	Putri	6:30	Masjid mabrur ungaran
37.	Fitri	6:30	Masjid mabrur ungaran
38.	Eva	6:30	Masjid mabrur ungaran
39.	Naim	6:30	Masjid mabrur ungaran
40.	Nilna	6:30	Masjid mabrur ungaran

41.	Dwi	6:30	Masjid mabrur ungaran
42.	Pak Bagas	6:30	Masjid mabrur ungaran
43.	Sumarso	6:30	Masjid mabrur ungaran
44.	M Gohozali	6:30	Masjid mabrur ungaran
45.	Tya 1	6:30	Masjid mabrur ungaran
46.	Tya 2	6:30	Masjid mabrur ungaran
47.	Ndang Ali	6:30	Masjid mabrur ungaran
48.	Pak Eko	6.00	Ruko kosong kiri jalan banyumanik
49.	Pak Buminsartono	6.00	Ruko kosong kiri jalan banyumanik
50.	Akmal	6.00	Ruko kosong kiri jalan banyumanik
51.	Mila UIN 1	6.00	Terminal banyumanik
52.	Mila UIN 2	6.00	Terminal banyumanik

Data wisata religi 4 Oktober 2020

Tabel. 1.5

NO	NAMA	JAM KUMPUL	TITIK JEMPUT
1.	Yai Asep	6:00	Depan RS Ketileng
2.	Pak Hasan	6:00	Depan RS Ketileng
3.	Ibu Suropto	6:00	Depan RS Ketileng
4.	Ibu Umi	6:00	Depan RS Ketileng
5.	Pak Suyamto	6:00	Depan RS Ketileng
6.	Pak Wiyarso	6:00	Depan RS Ketileng
7.	Ibu Projo	6:00	Depan RS Ketileng
8.	Ibu Sunarti	6:00	Depan RS Ketileng
9.	Ibu Sapto	6:00	Depan RS Ketileng

10.	Ibu Bagiyo	6:00	Depan RS Ketileng
11.	Pak Bagus	6:00	Depan RS Ketileng
12.	Ibu Bagus	6:00	Depan RS Ketileng
13.	Ibu Asri Sigit	6:00	Depan RS Ketileng
14.	Pak Sigit	6:00	Depan RS Ketileng
15.	Ibu Iwan	6:00	Depan RS Ketileng
16.	Pak Iwan	6:00	Depan RS Ketileng
17.	Ibu Alfi	6:00	Depan RS Ketileng
18.	Seren	6:00	Depan RS Ketileng
19.	Ibu Zulaikha	6:00	Depan RS Ketileng
20.	Pak Sugiyono	6:00	Depan RS Ketileng
21.	Ibu Sri Mantoro	6:00	Depan RS Ketileng
22.	Ibu Tri Saptono	6:00	Depan RS Ketileng
23.	Ibu Pur	6:00	Depan RS Ketileng
24.	Ibu Marno	6:00	Depan RS Ketileng
25.	Ibu Sumarningsih	6:00	Depan RS Ketileng
26.	Ibu Tri Widodo	6:00	Depan RS Ketileng
27.	Pak Nursaid	6:00	Depan RS Ketileng
28.	Ibu Muslihah	6:00	Depan RS Ketileng
29.	Ibu Sus Emi	6:00	Depan RS Ketileng
30.	Ibu Endang	6:00	Depan RS Ketileng
31.	Ibu Barokah	6:00	Depan RS Ketileng
32.	Ibu Tadzkiroh	6:00	Depan RS Ketileng
33.	Ibu Khomsatun	6:00	Depan RS Ketileng
34.	Ibu Kholifah	6:00	Depan RS Ketileng
35.	Pak Yusri	6:00	Depan RS Ketileng
36.	Ibu Sumarni	6:00	Depan RS Ketileng
37.	Pak Ahmadi	6:00	Depan RS Ketileng
38.	Ibu Surami	6:00	Depan RS Ketileng
39.	Ibu Sri Suwarni	6:00	Depan RS Ketileng

40.	Ibu Ratna 1	6:00	Depan RS Ketileng
41.	Ibu Ratna 2	6:00	Depan RS Ketileng
42.	Ridhan	6:00	Depan RS Ketileng
43.	Pak Wahib 1	6:00	Depan RS Ketileng
44.	Pak Wahib 2	6:00	Depan RS Ketileng
45.	Pak Surawi	6:00	Masjid mabrur ungaran
46.	Bu Munfiatun	6:00	Masjid mabrur ungaran
47.	Yai Zaenuri	6:00	Masjid mabrur ungaran
48.	Ibu Muti	6:00	Ruko kosong kiri jalan banyumanik
49.	Ibu Zubaedah 1	6:00	Ruko kosong kiri jalan banyumanik
50.	Ibu Zubaedah 2	6:00	Ruko kosong kiri jalan banyumanik
51.	Ibu Emma	6:00	Masjid mabrur ungaran
52.	Ibu Faizah	6:00	Masjid mabrur ungaran
53.	Ibu Mawarti	6:00	Masjid mabrur ungaran
54.	Indah	6:00	Masjid mabrur ungaran
55.	Ibu Julas	6:00	Masjid mabrur ungaran
56.	Demna	6:00	Masjid mabrur ungaran
57.	Ibu Irum	6:00	Masjid mabrur ungaran
58.	Ibu Endang Has	6:00	Masjid mabrur ungaran
59.	Pak Yoyok	6:00	Masjid mabrur ungaran
60.	Bu Asri	6:00	Masjid mabrur ungaran
61.	Ibu Pudji 1	6:00	Masjid mabrur ungaran
62.	Ibu Pudji 2	6:00	Masjid mabrur ungaran
63.	Ibu Pudji 3	6:00	Masjid mabrur ungaran
64.	Ibu Cici	6:00	Masjid mabrur ungaran
65.	Ibu Rini 1	6:00	Masjid mabrur ungaran
66.	Ibu Rini 2	6:00	Masjid mabrur ungaran

67.	Pak Sumiarso	6:00	Masjid mabrur ungaran
68.	Ibu Asrodah	6:00	Masjid mabrur ungaran
69.	Ibu Wahyuni	6:00	Masjid mabrur ungaran
70.	Pak Tukiman	6:00	Masjid mabrur ungaran
71.	Pak Abu Hanafi	6:00	Masjid mabrur ungaran
72.	Ibu Abu Hanafi	6:00	Masjid mabrur ungaran
73.	Pak Endy	6:00	Masjid mabrur ungaran
74.	Bu Sariningsing	6:00	Masjid mabrur ungaran
75.	Pak Ghozali	6:00	Masjid mabrur ungaran
76.	Pak Imam Taufiq	6:00	Masjid mabrur ungaran
77.	Helen	6:00	Masjid mabrur ungaran
78.	Aqni	6:00	Masjid mambur ungaran
79.	Ibu Ninik	6:00	Masjid mabrur ungaran
80.	Pak Sandy	6:00	Masjid mabrur ungaran
81.	Ibu Yatini	6:00	Masjid mabrur ungaran
82.	Ibu Sumarni	6:00	Masjid mabrur ungaran
83.	Ibu Esty	6:00	Masjid mabrur ungaran
84.	Pak Baing	6:00	Masjid mabrur ungaran
85.	Ibu Yani	6:00	Masjid mabrur ungaran
86.	Pak Wardo	6:00	Masjid mabrur ungaran
87.	Pak Aris Mufid 1	5:00	Garasi
88.	Pak Aris Mufid 2	5:00	Garasi
89.	Pak Aris Mufid 3	5:00	Garasi
90.	Mila Uin 1	6.30	Kampus uin
91.	Mila Uin 2	6.30	Kampus uin

Data wisata religi 8 November 2020

Tabel. 1.6

NO	NAMA	JAM	TITIK JEMPUT
----	------	-----	--------------

		KUMPUL	
1.	Yai Asep	6:00	Masjid mabrur ungaran
2.	Pak Hasan	6:00	Masjid mabrur ungaran
3.	Yai Zaenuri	6:00	Masjid mabrur ungaran
4.	Ibu Umi	6:00	Masjid mabrur ungaran
5.	Ibu Pipit 1	6:00	Masjid mabrur ungaran
6.	Ibu Pipit 2	6:00	Masjid mabrur ungaran
7.	Pak Endang Ali	6:00	Masjid mabrur ungaran
8.	Bu Yatini	6:00	Masjid mabrur ungaran
9.	Pak Eko	6:00	Masjid mabrur ungaran
10.	Pak Yanto	5:00	Masjid mabrur ungaran
11.	Pak Bagus	6:00	Masjid mabrur ungaran
12.	Ibu Bagus	6:00	Masjid mabrur ungaran
13.	Ibu Sigit	6:00	Masjid mabrur ungaran
14.	Pak Sigit	6:00	Masjid mabrur ungaran
15.	Yai Salamun	6:00	Masjid mabrur ungaran
16.	Nyai Salamun	6:00	Masjid mabrur ungaran
17.	Bu Rika	6:00	Masjid mabrur ungaran
18.	Pak Tanto	6:00	Masjid mabrur ungaran
19.	Pak Budi	6:00	Masjid mabrur ungaran
20.	Pak Maulidin	6:00	Masjid mabrur ungaran
21.	Ibu Sri	6:00	Masjid mabrur ungaran
22.	Pak Hanafi	6:00	Masjid mabrur ungaran
23.	Pak Bomin	6:00	Masjid mabrur ungaran
24.	Pak Marno	6:00	Masjid mabrur ungaran
25.	Pak Salam	6:00	Masjid mabrur ungaran
26.	Pak Widodo	6:00	Masjid mabrur ungaran
27.	Pak Nursaid	6:00	Masjid mabrur ungaran
28.	Pak Bambang	6:00	Masjid mabrur ungaran
29.	Pak Heru	6:00	Masjid mabrur ungaran

30.	Ibu Endang	6:00	Masjid mabrur ungaran
31.	Ibu Sarti	6:00	Masjid mabrur ungaran
32.	Ibu Diah 1	6:00	Masjid mabrur ungaran
33.	Ibu Diah 2	6:00	Masjid mabrur ungaran
34.	Ibu Diah 3	6:00	Masjid mabrur ungaran
35.	Pak Yusri	6:00	Masjid mabrur ungaran
36.	Bu Yusri	6:00	Masjid mabrur ungaran
37.	Pak Ahmadi	6:00	Masjid mabrur ungaran
38.	Ibu Ahmadi	6:00	Masjid mabrur ungaran
39.	Pak Tarjo	6:00	Masjid mabrur ungaran
40.	Ibu Ratna 1	6:00	Masjid mabrur ungaran
41.	Ibu Ratna 2	6:00	Masjid mabrur ungaran
42.	Ibu Wahib	6:00	Masjid mabrur ungaran
43.	Pak Wahib	6:00	Masjid mabrur ungaran
44.	Ibu Yani	6:00	Masjid mabrur ungaran
45.	Pak Surawi	6:00	Masjid mabrur ungaran
46.	Ibu Qoni'	6:00	Masjid mabrur ungaran
47.	Yai Zaenuri	6:00	Masjid mabrur ungaran
48.	Pak Tain	6:00	Ruko kosong kiri jalan banyumanik
49.	Pak Diki	6:00	Ruko kosong kiri jalan banyumanik
50.	Pak Guntoro	6:00	Ruko kosong kiri jalan banyumanik
51.	Ibu Emma 1	6:00	Ruko kosong kiri jalan banyumanik
52.	Ibu Emma 2	6:00	Ruko kosong kiri jalan banyumanik
53.	Ibu Endang Has	6:00	Ruko kosong kiri jalan banyumanik

54.	Pak Yoyok	6:00	Ruko kosong kiri jalan banyumanik
55.	Bu Asri	6:00	Ruko kosong kiri jalan banyumanik
56.	Ibu Ida	6:00	Masjid mabrur ungaran
57.	Pak Anwar	6:00	Masjid mabrur ungaran
58.	Pak Fauzi	6:00	Masjid mabrur ungaran
59.	Ibu Fauzi	6:00	Masjid mabrur ungaran
60.	Ibu Arum	6:00	Masjid mabrur ungaran
61.	Ibu Lusi	6:00	Masjid mabrur ungaran
62.	Ibu Rini 1	6:00	Masjid mabrur ungaran
63.	Ibu Rini 2	6:00	Masjid mabrur ungaran
64.	Pak Edi 1	6:00	Masjid mabrur ungaran
65.	Pak Edi 2	6:00	Masjid mabrur ungaran
66.	Pak Edi 3	6:00	Masjid mabrur ungaran
67.	Bu Wati	6:00	Masjid mabrur ungaran
68.	Pak Musa	6:00	Masjid mabrur ungaran
69.	Pak Sumiarso	6:00	Masjid mabrur ungaran
70.	Bu Sumiarso	6:00	Masjid mabrur ungaran
71.	Pak Abu Hanafi	6:00	Masjid mabrur ungaran
72.	Ibu Abu Hanafi	6:00	Masjid mabrur ungaran
73.	Ibu Erna 1	6:00	Masjid mabrur ungaran
74.	Ibu Erna 2	6:00	Masjid mabrur ungaran
75.	Pak Ghozali	6:00	Masjid mabrur ungaran
76.	Pak Kus	6:00	Masjid mabrur ungaran
77.	Pak Sholikin	6:00	Masjid mabrur ungaran
78.	Ibu Winda	6:00	Masjid mabrur ungaran
79.	Ibu Dewi	6:00	Masjid mabrur ungaran
80.	Pak Sandy	6:00	Masjid mabrur ungaran
81.	Ibu Yatini	6:00	Masjid mabrur ungaran

82.	Ibu Sari	6:00	Masjid mabrur ungaran
83.	Ibu Ngatini	6:00	Masjid mabrur ungaran
84.	Pak Baing	6:00	Masjid mabrur ungaran
85.	Ibu Yani	6:00	Masjid mabrur ungaran
86.	Pak Ridwan	6:00	Masjid mabrur ungaran
87.	Bu Kliwon	6:00	Masjid mabrur ungaran
88.	Pak Kliwon	6:00	Masjid mabrur ungaran
89.	Pak Budi 1	6:00	Masjid mabrur ungaran
90.	Pak Budi 2	6:00	Masjid mabrur ungaran
91.	Pak Budi 3	6:00	Masjid mabrur ungaran
92.	Ibu Rubiatun	6:00	Terminal banyumanik
93.	Ibu Istiyani	6:00	Terminal banyumanik
94.	Ibu Retno	6:00	Terminal banyumanik
95.	Silvia	6:00	Terminal banyumanik
96.	Siska	6:00	Terminal banyumanik
97.	Ibu Yanto	5.00	Garasi
98.	Pak Yanto	5.00	Garasi
99.	Mila Uin 1	6.30	Terminal terboyo
100.	Mila Uin 2	6.30	Terminal terboyo

Data wisata religi 7 Desember 2020

Tabel. 1.7

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis selama mengikuti program acara Wisata Religi, maka dapat disimpulkan bahwa program acara Wisata Religi ini memiliki daya tarik tersendiri bagi pendengar. Selain itu, penulis juga mengonfirmasi ke pihak radio Rasika USA, apakah benar terdapat hubungan silaturahmi antar pendengar satu dengan pendengar yang lainnya. Pihak dari radio Rasika USA pun mengiyakan kebenaran tersebut. Mereka mengatakan banyak sekali dampak baik dari program acara Wisata Religi yang diadakan oleh radio Rasika USA. Dampak baik

dari adanya program acara ini terjalinnya silaturahmi antar pendengar, meningkatnya kohesivitas sosial dan meningkat juga jumlah pendengar yang mengikuti program lain dari Rasika, yaitu Majelis Selamatan. Hal ini sesuai dengan teori *Uses & Gratification* yang diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Karts. Teori ini menyatakan bahwa masyarakat memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan media untuk memuaskan kebutuhannya. Seorang audien tentunya akan tertarik pada suatu program acara radio yang sesuai dengan minat dan kebutuhannya.

B. Potensi Program Acara Wisata Religi Radio Rasika USA

Potensi merupakan sebuah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan secara optimal. Radio memiliki potensi yang dalam menyebarluaskan informasi. Salah satu aspek yang sangat mempengaruhi keberhasilan suatu radio yaitu terletak pada program acaranya. Memproduksi atau membuat sebuah program acara membutuhkan unsur-unsur daya tarik seperti musik dan *sound effect* (Ardianto,2004:119).

Radio Rasika USA memiliki berbagai program acara, beberapa diantaranya merupakan program acara bermuatan religi yang mengandung nilai-nilai dakwah sehingga masuk ke dalam kategori program siaran dakwah. Program yang disajikan dalam bentuk siaran pengajian, majelis dzikir dan wisata religi. Meskipun radio Rasika USA bukan termasuk radio dakwah, melainkan *traffic* radio namun pendiri radio tersebut berusaha menyeimbangkan antara dunia dan akhirat.

Salah satu program acara bermuatan dakwah yang banyak diminati oleh pendengar yaitu program acara Wisata Religi. Hal itu terbukti dengan adanya respon yang baik dari pendengar. Program turunan dari acara Mutiara Hikmah ini tidak disiarkan langsung seperti program acara lainnya, melainkan dengan melakukan perjalanan berziarah namun pemberitahuannya tetap melalui siaran radio.

Pada program acara Wisata Religi ini pendengar dapat saling bertemu dan berkomunikasi. Sebagai makhluk sosial tentunya kita membutuhkan dan senantiasa menjalin komunikasi atau hubungan antar sesama. Berkomunikasi juga dapat membantu perkembangan intelektual dan sosial kita (Supratiknya,2016:9). Sesuai dengan fungsi radio yang tertera pada Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, yaitu media penyiaran berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol perekat sosial, ekonomi dan kebudayaan.

Hal tersebut yang membedakan pendengar radio Rasika USA dengan pendengar radio lain. Bentuk potensi dari adanya program acara Wisata Religi ini pendengar radio Rasika USA, khususnya yang ikut serta dalam program acara Wisata Religi dapat saling berinteraksi. Adanya interaksi tersebut membentuk sebuah ikatan emosional dan menimbulkan rasa kekeluargaan yang sangat erat. Mereka bahkan mengikuti program acara tersebut berkali-kali. Tidak hanya sampai disitu saja, untuk tujuan ziarah bahkan ada usulan dari mereka. Hal tersebut nyatanya membawa efek baik bagi radio Rasika USA. Peserta ziarah tersebut juga mengikuti program acara *on air* radio Rasika USA yaitu Majelis Selamatan. Tentu saja adanya potensi tersebut pihak radio Rasika USA berusaha terus menjalin hubungan baik antar pendengar. Dari sinilah setidaknya kerukunan antar sesama manusia bisa tercipta.

Setiap individu memiliki potensi untuk terlibat dalam sebuah interaksi atau hubungan sosial dan secara tidak sadar dapat menjadikan hubungan yang saling bergantung. Adanya interaksi dan saling ketergantungan tersebut tentunya dapat mempengaruhi kohesivitas sosial. Kohesivitas dapat menjadi sebuah alat pemersatu dalam sebuah kelompok. Tingginya kohesivitas sosial erat kaitannya dengan konformitas seseorang (Sholeh, 2017:23). Antara potensi, interaksi dan kohesivitas adalah hal yang saling berhubungan, dimana interaksi dapat membentuk kohesivitas, dan kohesivitas dapat menimbulkan sebuah potensi. Menurut Hartinan

(2009:72) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kohesivitas seseorang antara lain keinginan seseorang untuk tetap berada dalam lingkungan atau kelompoknya, adanya interaksi yang baik, daya tarik dan rasa saling memiliki serta adanya kerjasama kelompok untuk mencapai sebuah tujuan.

Pemberian dukungan serta saling membantu dalam memecahkan masalah antar pendengar satu dengan pendengar lainnya menunjukkan adanya sebuah kekohesivitas sosial di dalamnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pendengar yang mengikuti program acara Wisata Religi. Hal tersebut merupakan sebuah potensi yang dimiliki oleh radio Rasika USA tentang bagaimana meningkatkan kohesivitas sosial pendengarnya melalui program acara Wisata Religi. Adanya potensi tersebut tentunya diperlukan sebuah rancangan atau rencana kedepan agar dapat lebih meningkat dan berkembang. Untuk lebih menarik khalayak umum bisa dengan mempublikasi acara Wisata Religi ke sosial media radio Rasika USA seperti *Facebook*, *Instagram* dan *Youtube*. Dapat juga berupa inovasi-inovasi dalam program acara Wisata Religi agar daya tarik antar pribadi meningkat. Selain itu juga meningkatkan interaksi dan menciptakan sebuah tujuan bersama, interaksi tersebut dapat berupa mendengarkan tanggapan-tanggapan atau respons dari pendengar dan melakukan tindak lanjut. Hal tersebut membutuhkan kedisiplinan dan konsistensi oleh semua pihak dan selalu melakukan evaluasi secara berkala.

BAB IV

ANALISIS POTENSI PROGRAM ACARA WISATA RELIGI RADIO

RASIKA USA

Pada pemaparan bab I, penulis mengangkat permasalahan mengenai potensi program acara Wisata Religi radio Rasika USA untuk meningkatkan kohesivitas sosial pendengar. Pada bab II penulis juga menjelaskan bahwa radio memiliki banyak potensi yang sangat besar. Radio merupakan salah satu media yang digunakan untuk menyebarkan informasi, hiburan, edukasi maupun sarana untuk berdakwah. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk menggali sebuah potensi, salah satunya dengan memperhatikan program acara yang disajikan. Salah satu faktor penting dalam keberhasilan sebuah stasiun radio yaitu terletak pada program acaranya.

Pada bab III penulis membahas tentang profil dan program acara radio Rasika USA. Radio tersebut merupakan *traffic* radio, namun juga menyajikan program acara yang bermuatan dakwah agar seimbang dunia dan akhirat. Pada bab IV penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan memahami fenomena yang diamati. Tujuan penelitian ini untuk menghimpun data atau informasi tentang suatu masalah atau kejadian dengan menggunakan teknik wawancara, observasi serta dokumentasi (Bakhtiar,1997:14).

A. Hasil Analisis Potensi Program Acara Wisata Religi Radio Rasika USA Untuk Meningkatkan Kohesivitas Sosial Pendengar

Dalam menganalisis penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis interaktif. Penulis mengajukan beberapa pertanyaan kepada pihak radio Rasika USA dan pendengar yang mengikuti program acara Wisata Religi. Hasilnya menunjukkan bahwa memang radio Rasika USA memiliki potensi untuk meningkatkan kohesivitas sosial pendengarnya melalui program acara Wisata Religi. Mereka saling bersilaturahmi

mengunjungi dari rumah ke rumah. Mereka juga saling membantu jika salah satu diantara mereka ada masalah atau musibah. Bahkan mereka tak segan untuk menceritakan permasalahan yang sedang dialami. Tidak hanya itu, mereka juga meluangkan waktunya untuk mengikuti program acara lain seperti Majelis Selamatan, agar kedekatan diantara mereka bertambah erat. Bahkan mereka selalu merindukan program acara Wisata Religi dan selalu menanyakannya pada pihak radio Rasika, walaupun dimasa pandemi seperti ini. Berikut ini merupakan bukti-bukti dari hasil yang disimpulkan oleh penulis diatas :

1. Ketika penulis mengajukan pertanyaan kepada pendengar yang mengikuti program acara Wisata Religi mengenai bagaimana pendapat mereka tentang program acara Wisata Religi yang diadakan oleh radio Rasika USA dan jawabannya hampir sama. Berikut adalah jawaban dari Bapak Nursaid :

“Acara ini sangat bagus, menarik dan unik. Karena jarang sekali ada radio yang mempunyai program acara Wisata Religi seperti ini. Kita bisa mendoakan ulama, kyai, dan sesepuh yang telah mendahului kita. Bisa kenal juga dengan orang dari daerah lain.”

2. Pada pertanyaan selanjutnya, penulis bertanya tentang apa alasan mereka mengikuti program acara Wisata Religi. Jawaban mereka berbeda-beda. Berikut ini jawaban dari Ibu Muslihah :

“alasanya karena untuk refreshing, soalnya bisa sekalian mampir ke tempat wisata. Tapi selain itu juga untuk memenuhi kebutuhan spiritual dan untuk mengingat bahwa setiap makhluk yang hidup pasti akan kembali pada penciptanya.”

3. Lalu penulis juga menanyakan apa yang mereka rasakan saat mengikuti program acara Wisata Religi dan bagaimana rasanya ketika adanya PPKM yang mengakibatkan program acara Wisata Religi sempat terhenti. Jawaban mereka hampir sama, selalu merindukan program acara ini dan selalu rindu dengan orang-orangnya. Karena

ketika bertemu akan ada banyak momen yang terjadi. Berikut ini merupakan jawaban dari Ibu Yatini :

“saya itu selalu kangen, ya kangen sama acaranya, kangen juga sama orang-orangnya. Disini kita bisa kenal orang-orang dari berbagai daerah. Saya juga biasanya bersilaturahmi kerumah ibu-ibu yang lain. saya senang rasanya kalau ketemu mereka semua. Orangnya baik-baik, saya juga sering minta nasehat kepada mereka. Mereka juga sering bantu saya. Saya senang bisa kenal mereka.”

4. Pertanyaan selanjutnya yaitu seberapa dekat hubungan mereka antara satu dengan yang lainnya. Jawaban mereka juga hampir sama, terdapat kedekatan antara satu orang dengan orang yang lainnya. Berikut ini merupakan jawaban dari Ibu Barokah:

“biasanya saya ajak anak dan suami, tapi biasanya ya sendirian karena memang sudah kenal dan akrab sama yang lain jadi saya berani dari rumah sendirian. Menurut saya semua peserta yang ikut acara ini dekat semua, karena memang sudah ikut berkali-kali. Kami juga ada grup WhatApps terus kami juga saling mengunjungi ke rumah, kami juga bareng-bareng ikut acara radio Rasika yang lainnya, seperti Majelis Selametan.”

B. Bentuk Program Acara Wisata Religi Radio Rasika USA

Program Acara Wisata Religi merupakan bagian dari program acara Mutiara Hikmah yang diadakan satu bulan sekali setiap hari Sabtu atau Minggu. Program ini merupakan program acara *off air*. Jika pada program acara Mutiara Hikmah pendengar hanya bisa mendengarkan ceramah dari kyai maka pada program acara Wisata Religi ini pendengar dapat mengikuti secara langsung. Radio Rasika USA bekerja sama dengan D’Nasima bus. Mulai dari tiket masuk, snack, dan makan siang sudah dipersiapkan oleh D’Nasima bus. Peserta ziarah cukup membayar sejumlah uang yang sudah ditentukan oleh radio Rasika USA, jumlah tersebut tergantung dari dekat jauhnya jarak lokasi ziarah. Biasanya,

peserta ziarah dari Kota Semarang titik kumpul berada di Terminal Banyumanik, sedangkan peserta dari Kabupaten Semarang titik kumpul berada di Masjid Al Maburr Ungaran. Bagi peserta ziarah yang tempat tinggalnya jauh dari titik kumpul maka akan dijemput pada lokasi yang sudah disepakati. Hal itu berlaku bagi peserta ziarah yang lokasinya searah dengan tempat tujuan. Ketika sampai di tempat tujuan, ustadz yang memimpin acara tersebut juga menjelaskan tentang sejarah wali atau sesepuh di tempat tersebut.

Lahirnya program acara Wisata Religi guna mengetahui sejarah atau napak tilas Walisongo dan sesepuh yang dulu juga menyiarkan agama Islam. Selain itu juga untuk mengenang, menghargai, dan mendoakan para wali atau leluhur yang sudah meninggal dunia. Hal lain yang ingin dicapai dari adanya program acara Wisata Religi juga agar dapat terjalin hubungan silaturahmi antar pendengar dan segenap crew radio Rasika USA.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Manajer dan Direktur radio Rasika USA menyatakan program acara Wisata Religi ini sudah ada sejak tahun 2000an. Awalnya wisata religi ini hanya untuk pimpinan dan pegawai radio Rasika USA saja. bermula dari wisata religi dengan tujuan umroh dan haji yang dirasa kurang pas karena membutuhkan waktu dan biaya yang cukup besar, hingga beberapa tahun kemudian akhirnya pihak radio Rasika USA mengubah tujuan wisata religi ke makam Walisongo. Pegawai dan pendengar radio Rasika USA juga bisa mengikuti program acara Wisata Religi. Dikarenakan peserta ziarah yang menurun sebab tujuannya selalu sama maka berdasarkan usulan dari Direktur radio Rasika USA agar menambah tujuan wisata religi yang tidak hanya ke makam Walisongo saja tetapi juga ke makam para sesepuh terdahulu yang telah berjasa dalam menyiarkan agama Islam khususnya di Jawa Tengah.

Pada tahun 2020 hal tersebut direalisasikan dan peserta ziarah semakin melonjak bahkan sampai empat bus. baru saja melakukan satu kali perjalanan berwisata religi ke makam sesepuh yang ada di Jawa Tengah terjadi pandemi covid-19. Hingga akhirnya pada bulan Oktober

2020 program Acara Wisata Religi diadakan kembali atas permintaan dari pendengar.

Tab. 1.8
Data Peserta Ziarah Bulan Oktober – Desember 2020

NO	TANGGAL	JUMLAH PESERTA	TUJUAN
1.	4 Oktober 2020	52 orang	<ul style="list-style-type: none"> - Sunan Pandanaran, Klaten - Syekh Belabelu, Jogja - Raden Santri, Magelang
2.	8 November 2020	91 orang	<ul style="list-style-type: none"> - Syekh Samsudin, Pemasang - Habib Ahmad Sapuro, Pekalongan - Syekh Maulana Maghribi, Batang - Mbah Wali Joko, Kendal
3.	7 Desember 2020	100 orang	<ul style="list-style-type: none"> - Sunan Kudus, Kudus - Sunan Muria, Kudus - Sunan Hadlirin, Jepara - Sunan Kalijaga, Demak

Pada tabel di atas menunjukkan adanya tingkat kenaikan peserta ziarah. Peserta semakin bertambah dikarenakan mereka merasa mempunyai wadah atau tempat untuk memenuhi salah satu kebutuhan batin yang dianggap penting dalam hidupnya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, mereka mengungkapkan bahwa

adanya kepuasan batin, solidaritas antar peserta, bahkan adanya keakraban antara satu dengan yang lainnya. Hal tersebut yang menjadi alasan mereka selalu mengikuti dan menantikan program acara Wisata Religi.

C. Kendala Yang Dihadapi Radio Rasika USA Dalam Menyiarkan

Program Acara Bermuatan Dakwah

Pada era perkembangan teknologi saat ini, masyarakat tidak pernah bisa lepas dari sebuah media yang berperan menyebarkan informasi. Masa sekarang juga disebut sebagai masa informasi, hal itu dapat dilihat dari banyaknya arus informasi yang datang ke masyarakat melalui media. Media penyebaran informasi tersebut salah satunya adalah radio. Penyampaian pesan yang dilakukan melalui radio biasanya menggunakan bahasa lisan, karena radio hanya bisa didengarkan (Romli,2016:77).

Sebagaimana dengan media lain, radio juga menggunakan prosedur dalam proses siaran. Tentu saja setiap stasiun radio memiliki prosedur yang berbeda-beda. Dalam membawakan sebuah program acara hiburan, informasi, maupun edukasi masing-masing dibawakan dengan cara yang berbeda, baik dalam gaya, bahasa, diksi dan sebagainya. Oleh sebab itu, seorang penyiar harus dapat melakukan penghayatan terhadap program acara yang dibawakannya (Munthe,1996:43).

Setiap stasiun radio tentunya berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menarik minat pendengar. Namun, sampai saat ini yang masih menjadi kendala banyak stasiun radio yaitu dalam mendesain sebuah program acara. Banyak sekali program acara antar radio yang hampir memiliki kesamaan isi. Sementara, media saingan radio seperti televisi semakin membahana, ditambah lagi dengan adanya media online saat ini (Munthe,1996:57).

Berdasarkan hal tersebut, radio Rasika USA terus memberikan inovasi-inovasi agar pendengarnya masih tetap setia. Meskipun radio Rasika USA merupakan *Traffic* radio, namun tidak melupakan sisi religiusitasnya. Hal tersebut dibuktikan dari berbagai program acaranya

yang bermuatan dakwah. Manajer radio Rasika USA mengungkapkan bahwa setiap muslim itu diwajibkan untuk berdakwah. Sebagai orang media, maka berdakwahlah dengan media tersebut. Jadi hal tersebut yang menjadi salah satu alasan adanya program acara bermuatan dakwah di radio Rasika USA.

Dalam proses menyiarkan program acara bermuatan dakwah, tentu saja ada kendala atau hambatan yang dihadapi oleh radio Rasika USA. Kendala atau hambatan tersebut dapat berasal dari masalah teknis, cuaca yang buruk menjadikan pesan yang disampaikan tidak terdengar jelas oleh pendengar. Selain itu jika pengisi acara pengajian berhalangan hadir, maka hanya bisa menyiarkan acara melalui hasil record atau siaran ulang. Membuat pendengar agar tetap *stay tune* mendengarkan radio juga merupakan salah satu tantangan tersendiri, apalagi di era modern saat ini banyak masyarakat yang lebih suka mendengarkan kajian-kajian Islam melalui Youtube dari pada melalui radio. Namun, radio Rasika USA terus memikirkan cara dan meminimalisir agar kendal atau hambatan sedikit berkurang. Begitu juga pada program acara Wisata Religi yang sejak awal tahun 2020 mulai banyak kendala dalam pelaksanaannya karena terjadi pandemi Covid-19. Semua tempat wisata ditutup, PSBB, dan semua orang harus berdiam diri di rumah. Namun, adanya kendala atau hambatan tersebut merupakan tantangan tantangan yang harus dihadapi dan tidak menjadikan halangan bagi radio Rasika USA untuk terus menyiarkan program acara bermuatan dakwah tentunya dengan program yang lebih inovatif dan bervariasi. Hal terpenting saat ini ialah untuk terus memanfaatkan kemampuan yang dimiliki oleh radio dengan semaksimal mungkin agar setiap program acara yang disajikan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai Potensi Program Acara Wisata Religi Radio Rasika USA untuk Meningkatkan Kohesivitas Sosial Pendengar dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Bentuk program acara Wisata Religi Radio Rasika USA merupakan program turunan dari acara Mutiara Hikmah yang tidak disiarkan langsung melalui radio melainkan acara lapangan yang siapa saja bisa mengikuti. Dikatakan sebagai acara lapangan karena memang pelaksanaannya tidak di studio, tetapi berziarah ke makam Walisongo atau sesepuh yang telah meninggal. Acara ini bertujuan untuk mengenang dan mendoakan arwah para sesepuh juga untuk mengetahui sejarah dan napak tilasnya. Acara yang diadakan satu bulan sekali tersebut nampaknya banyak menarik minat pendengar. Hal itu terbukti dari semakin meningkatnya jumlah peserta ziarah setiap bulannya.
2. Kendala atau hambatan yang dihadapi oleh radio Rasika USA dalam menyiarkan program acara yang bermuatan dakwah biasanya muncul dari masalah teknis, cuaca yang buruk menjadikan pesan yang disampaikan tidak terdengar jelas oleh pendengar. Selain itu jika pengisi acara pengajian berhalangan hadir, maka hanya bisa menyiarkan acara melalui hasil record atau siaran ulang. Di era modern saat ini juga banyak masyarakat yang lebih suka mendengarkan kajian-kajian Islam melalui Youtube dari pada melalui radio.
3. Program acara Wisata Religi radio Rasika USA cukup memiliki potensi untuk meningkatkan kohesivitas sosial pendengar. Hal itu berdasarkan pada hasil wawancara penulis dengan peserta ziarah serta manajer radio Rasika USA dan disimpulkan bahwa pendengar

radio Rasika USA, khususnya yang ikut serta dalam program acara Wisata Religi memiliki rasa kekeluargaan yang sangat erat. Mereka bahkan mengikuti program acara tersebut berkali-kali. Tidak hanya sampai disitu saja, mereka juga mengikuti program acara lainnya seperti Majelis Selametan. Untuk tujuan ziarah bahkan ada usulan dari mereka. Pihak radio Rasika USA berusaha terus menjalin hubungan baik antar pendengar. Dari sinilah setidaknya kerukunan antar sesama manusia bisa tercipta.

B. Saran

Penulis memberikan beberapa saran untuk radio Rasika USA dengan harapan agar potensi yang ada pada program acara Wisata Religi dapat menjadi lebih baik, diantaranya sebagai berikut :

1. Kemajuan teknologi dan informasi disertai dengan perkembangan manusia saat ini yang sudah semakin pandai dalam berteknologi dapat dijadikan motivasi radio Rasika USA untuk lebih memperkenalkan diri, khususnya pada program acara Wisata Religi.
2. Meningkatkan kerjasama antar crew radio dan turut serta meningkatkan solidaritas antar pendengar.
3. Memberi inovasi-inovasi baru pada program acara religi, khususnya program acara Wisata Religi dapat dijadikan sebagai program acara *On Air*.

C. Penutup

Puji syukur alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT karena atas berkat rahmat dan bantuan-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, maka penulis menerima segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca. Akhir kata, semoga Allah selalu membimbing kita dalam setiap langkah, Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Ady.2021."Pengertian dan Macam-Macam Potensi Wisata", dalam <https://adykenzie.blogspot.com> .. diakses pada 20 April 2021.
- Ardianto, Elvinaro dkk. 2004. *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*. Jakarta: Simbiosis Rekatama.
- Azwar, S. 2001. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bakhtiar, Wardi.1997. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*.Jakarta:Logos Wacana Ilmu.
- Bungin,Burhan.2006.*Sosiologi Komunikasi*.Jakarta:Kencana.
- Chotib,Moch.2015. *Wisata Religi Di Kabupaten Jember*. Fenomena 14 (2), 412. digilib.uinsby.ac.id diakses pada 21 Oktober 2020 .
ejournal.iain-jember.ac.id diakses pada 5 Oktober 2020.
- Fariyah,Irzum. 2014. *Radio sebagai Solusi Problem Keagamaan Muslimah*. 2(2).
- Hikmat, M. 2011. *Metode Penelitian*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Himakom UNY.2018."Radio Tak Tergerus Zaman", dalam <http://himakomuny.com/446/>., yang diakses pada 30 Maret 2021.
- Inayati,Rizqi Laila.2018.*Analisis Potensi Dan Kendala Dalam Pengembangan Objek Wisata Edukatif Di Desa Wisata Margorejo Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus*.Skripsi.Semarang:Unnes.
- Indah ,nur, dkk.2018. *Peningkatan Spiritualitas Melalui Wisata Religi Makam Sunan Kwitang Jakarta*. Jurnal Studi Al-Qur'an,14 (1) 50.
- Iskandar, Joni dan Drs. Sudono Syueb, M.Si. 2017. *Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Kelompok terhadap Kohesivitas Kelompok pada Supporter Persebaya Korwil Suramadu*. Jurnal Ultimacomm, 9 (2), 94.
- Ma'arif, B., S.2010. *Komunikasi Dakwah; Paradigma untuk Aksi*. Simbiosis Rekatama Media: Bandung.
- Makhfuz,Syeikh Ali. 1970. *Hidayatul Mursyidin* terjemahan ringkas, Dra. Khadijah Nasution. Yogyakarta: Usaha Penerbit Tiga A.
- Manis.2020."Pengertian Kohesivitas Kelokpok: Aspek, Faktor, dan Cara Kohesivitas Kelompok", dalam <https://www.pelajaran.co.id/2020/08/kohesivitas-kelompok.html>., diakses pada tanggal 06 April 2020.
- Masson, N Grass dkk,dalam David Berry. 1995. *Pokok Pokok Dalam Sosiologi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

- Moleong, L., J. 1990. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Morissan.2008.*Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Munthe, Moeryanto Ginting.1996.*Media Komunikasi Radio*.Jakarta:Pustaka Sinar Harapan.
- Musyafak, Najahan dan Usfiyatul Marfu'ah., 2020. *Teori-Teori Komunikasi, Tradisi, Perkembangan dan Konteks*, Semarang:Fatawa Publishing.
- Muttaqin, Yazid.2018."Empat Motivasi Ziarah Kubur menurut Syekh Nawawi Banten", dalam nu.or.id (<https://islam-nu.or.id/post/read/85822/empat-motivasi-ziarah-kubur-menurut-syekh-nawawi-banten>), diakses pada 6 Oktober 2020.
- Natsir,M. 1969. *Fiqhud Da'wah*. Jakarta : Majalah Islam Kiblat.
- Nielsen.2016."Radio Masih Memiliki Tempat Di Hati Pendengarnya", dalam <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2016/Radio-Masih-Memiliki-Tempat-Di-Hati-Pendengarnya.html>., yang diakses pada 30 Maret 2021.
- Noor,Moh.2019.*Menggali Potensi Diri Menggapai Puncak*.Tangerang:Loka Aksara.
- Priambada, Swasta.2017.*Potensi Media Sosial Bagi Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Malang Raya*.Skripsi.Malang:Universitas Brawijaya.
- Prihadhi, Endra K.2004.*My Potensi*.Jakarta:Elek Media Komputindo.
- Putera, A. D.2017. *Kesepian, Alasan Terbesar Orang Dengarkan Radio*.Jakarta:Kompas.
- Rahayu,Tresna Yumiana, dkk.2019.*Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya*. Jurnal Makna, 4 (1), 140-141.
- Rahman,Ary.2012."Kiat Mengembangkan Potensi Diri" dalam <https://arryrahmawan.net/kiat-mengembangkan-potensi/>., diakses pada 30 Maret 2021.
- Romadhan, Mohammad Insan dan Dewi Sri Andika Rusmana.2017. *Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat*.Skripsi.Surabaya:Universitas 17 Agustus 1945.
- Romli,Asep Syamsul M. 2007. *Broadcast For Teen Jadi Penyiar Itu Asyik Lho!*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Romli,Asep Syamsul M.2017.*Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*.Bandung: Nuansa Cendekia.
- Romli,Komsahrial.2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grassindo.
- Rustini,Luh Putu Yuli, dkk. 2016. *Peranan Radio Republik Indonesia (RRI) Singaraja Dalam Menjaga Kelestarian Budaya Lokal Bali (Studi Tentang*

- Acara Sudang Lepet Jukut Undis*). Jurnal Edutech Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Teknologi Pendidikan, 5 (2), 1.
- Safitri, Anfa dan Sonny Andrianto. 2015. *Hubungan Antara Kohesivitas Dengan Intensi Perilaku Agresi Pada Suporter Sepak Bola*. Jurnal Psikologi Islami, 1 (2),16.
- Sarwono, S. W. 2005. *Psikologi Sosial: Psikologi Kelompok Dan Psikologi Terapan*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Shaleh, Abd. Rosyad. 1977. *Manajemen Da'wah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Sholeh,Farhanudin.2017.*Membangun Kohesivitas Kelompok Dalam Bingkai Ukhuwah Wathaniah*.Jurnal QolaMuna, 3 (1), 23.
- Siagian, Morida.2018. *Kohesi Sosial Masyarakat di Kawasan Megapolis (Studi Kasus Kawasan Kampung Keling, Medan, Indonesia*.Sumatera utaea. Jurnal lingkungan binaan indonesia vol 7 (2).
- Soekanto, S. 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soekanto. 2002. *Teori Peranan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Supratiknya.2016.Komunikasi Antar Pribadi Tinjauan Psikologis.Depok:PT. Kanisius.
- Triartanto, A Ius Yudo.2010.*Broadcasting Radio:Panduan Teori Dan Praktik*.Yogyakarta:Pustaka Book Publisher.
- W Littlejhon,Stephen,dkk.diterjemahkan oleh Mohammad Yusuf Hamdan.2006. "*Teori Komunikasi*".Jakarta:Salemba Humanika.
- Winata,Eva Risti.2015. "*Peran Radio Sama Fm Dalam Dakwah Di Masyarakat (Studi Kasus Program Siaran Radio SAMA FM Di Perumahan Jatisari Asabri Semarang)*". Skripis. Semarang: UIN Walisongo Semarang.
- Wiyono, Slamet.2006.*Managemen Potensi Diri*.Jakarta:PT Grasindo.

LAMPIRAN

Foto-Foto Wisata Religi Radio Rasika USA

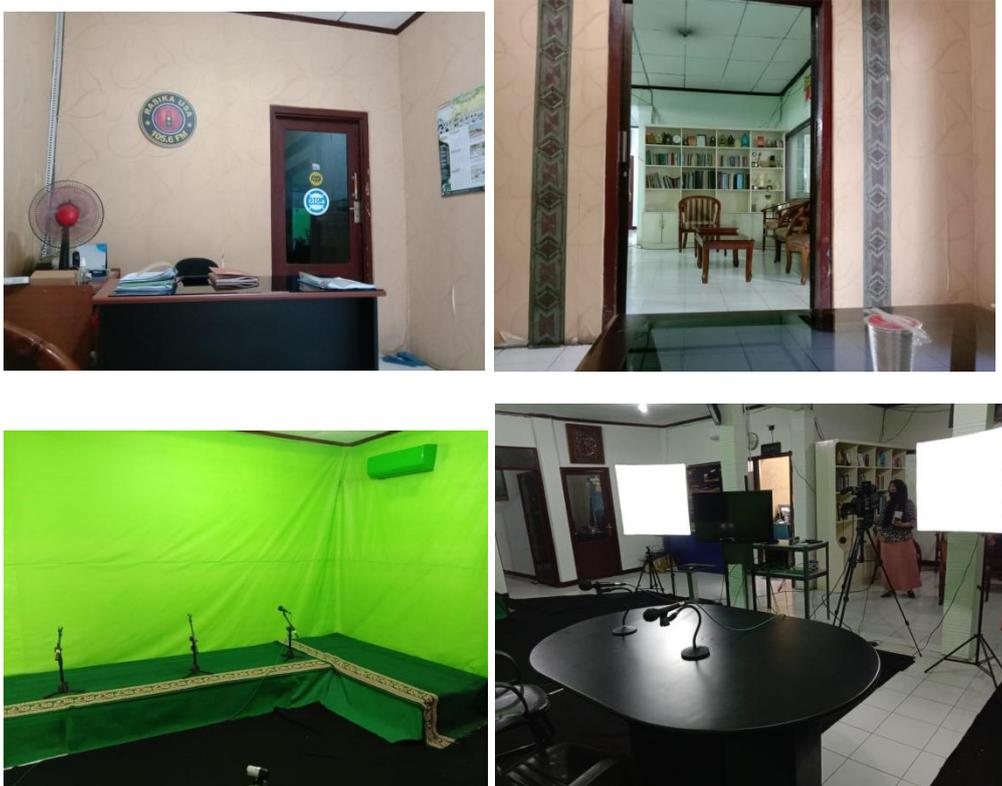




Foto Wawancara dengan Direktur Radio Rasika USA



Foto Studio Radio Rasika USA





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Mila Rosa Hidayah
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 29 September 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Dk. Lumpur RT 05/03, Desa Bumirejo,
Kecamatan Margorejo, Kabupaten Pati
Email : millarossa105@gmail.com
No.Hp : 0858 7570 3032

Riwayat Pendidikan Formal

1. TK Muslimat Desa Sokokulon, Pati
2. SD Negeri 01 Desa Sokokulon, Pati tahun 2011
3. MTs. Islam Desa Wangunrejo, Pati tahun 2014
4. MA NU Nurul Ulum Desa Jekulo, Kudus 2017

Pengalaman Organisasi

1. Sekretaris Lembaga Advokasi PMII Rayon Dakwah periode 2018-2020
2. Anggota Komisi B Senat Mahasiswa periode 2019-2020
3. Koordinator Divisi Online Radio Gema Mahasiswa (RGM) One periode 2019-2020
4. Koordinator Divisi Dalam Negeri Keluarga Mahasiswa dan Pelajar Pati (KMPP) Semarang periode 2019-2020

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Mila Rosa Hidayah

1701026049