

**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO ASKA FM DALAM  
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI RADIO  
PENDIDIKAN DAN DAKWAH**



**SKRIPSI**

Diajukan untk Memenuhi Sebagai Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh:

Sefdha Prisdhayanti

1701026078

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

**SEMARANG**

**2021**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp. : -

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 skripsi saudara :

Nama : Sefdha Pridayanti

NIM : 1701026078

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan/ Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam /Radio Dakwah

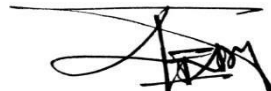
Judul : Strategi Komunikasi Radio ASKA FM dalam  
Mempertahankan Eksistensi Sebagai Radio Dakwah dan Pendidikan

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 23 September 2021

Pembimbing,



**H. M. Alfandi, M. Ag**

**NIP. 19710830 199703 1 003**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**  
**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO ASKA FM DALAM**  
**MEMPERTAHANKAN EKISTENSI SEBAGAI RADIO PENDIDIKAN**  
**DAN DAKWAH**

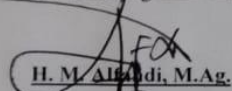
Disusun Oleh

Sefdha Prisdhayanti (1701026078)

Telah dipertahankan di depan Dewan Pengjui pada tanggal 8 Oktober 2021 dan dinyatakan LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

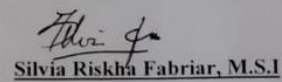
Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang

  
H. M. Alfandi, M.Ag.

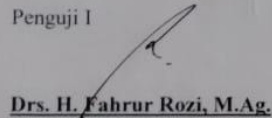
NIP. 19710830 199703 1 003

Sekretaris Sidang

  
Silvia Riskha Fabriar, M.S.I

NIP. 19880229 201903 2 013

Penguji I

  
Drs. H. Fahrur Rozi, M.Ag.

NIP. 19690501 199403 1 001

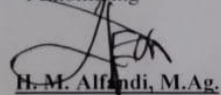
Penguji II

  
Mustofa Hilmi, M.Sos

NIP. 19920220 201903 1 010

Mengetahui

Pembimbing


  
H. M. Alfandi, M.Ag.

NIP. 19710830 199703 1 003

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal 16 Desember 2021

  
Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.

NIP. 19720410 200112 1 003



## PERNYATAAN

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

Semarang, 23 September 2021



Sefdha Pridayanti

NIM: 1701026078

## KATA PENGANTAR

Segenap puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan dalam penyusunan skripsi ini. Selawat dan salam tercurahkan bagi Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta para pengikutnya hingga akhir nanti.

Skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Radio ASKA FM dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Radio Dakwah dan Pendidikan” ini, di susun guna melengkapi dan menjadi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Fakultas Dakwah dan Komunikasi di UIN Walisongo Semarang.

1. Prof. Dr. H. 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, M.Ag, selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih atas bimbingan, saran, dan masukan yang telah diberikan
4. Seluruh Dosen Jurusan Komunikasi dan penyiaran Islam yang sudah memberikan ilmu serta pengetahuan
5. Civitas akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, terimakasih atas pelayanan yang sudah diberikan dalam administrasi perkuliahan
6. Abdus Syakur selaku penanggung jawab bidang umum Radio ASKA FM yang sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian
7. Ibu Supriyati tersayang yang sudah mendidik dan membesarkan saya dengan sepuh hati
8. Emak embah dan mbah kakung tersayang beserta kedua adik saya Dhafa Dwi Febrian dan Dhafi Dwi Febrian.
9. Rio Bagas Wirawan yang selalu memberikan bantuan dan semangat untuk saya

10. Teman-teman KPI B angkatan 2017 dan KPI konsentrasi radio dakwah angkatan 2017
11. Sahabat dan teman seperjuangan: Latifah, Syadzaha, Mila, Cindi, Safira, Wahyu, Niam.

Peneliti mengerti bahwa skripsi ini masih begitu jauh dari harapan dan kesempurnaan. Namun, peneliti berharap skripsi yang ditulis bisa bermanfaat untuk peneliti sendiri dan khususnya pembaca.

Semarang, 23 September 2021



peneliti

## **PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillah*, dengan proses yang penuh perjuangan skripsi ini bisa dislesaikan, peneliti mempersembahkan kepada:

1. Mamah saya sebagai orang tua tunggal yang telah memberikan kasih sayang, mendidik dengan sepenuh hati, pengertian, perhatian dan doa. Tidak lupa dukungan moral maupun moril
2. Kampus tercinta, UIN Walisongo Semarang, Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) konsentrasi Radio Dakwah
3. Diri sendiri.

## **MOTTO**

*“Enggak apa-apa prosesnya lambat, yang terpenting kita tahu apa yang dijalani  
ketimbang semuanya buru-buru tapi justru buat pusing sendiri”*

Sivia Azizah



## ABSTRAK

Nanam : Sefdha Prisdianti

NIM : 1701026078

Judul : Strategi Komunikasi Radio ASKA FM dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Radio Dakwah dan Pendidikan

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi mempercepat persebaran informasi. Hal ini cukup berdampak pada menurunnya jumlah pendengar radio pada saat ini. Namun, survei yang dilakukan Jakpat tahun 2019 menunjukkan bahwa 59% responden masih menndengarkan radio walaupun hanya menjadi teman menyetir di tengah kemacetan. Banyak tantangan yang harus di hadapi sebagai radio dakwah dan pendidikan sebagai lembaga penyiaran komunitas mulai dari jangkauan siar hanya 2,5 Km, makin marak radio yang menghadirkan program acara sejenis dan banyak radio konvensional ikut menyuguhkan program acara yang bervariasi berbalut hadiah tentunya bisa menjadi ancaman dalam merebut segmen. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin menganalisis di tengah gempuran media baru bagaimana strategi komunikasi Radio ASKA FM dalam mempertahankan eksistensi sebagai radio dakwah dan pendidikan.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dimana tempat penelitian di Radio ASKA FM. Teknik pengumpulan data sendiri menggunakan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data memakai analisis deskriptif dalam memaparkan strategi komunikasi yang dilakukan Radio ASKA FM dalam mempertahankan eksistensi sebagai radio dakwah dan pendidikan.

Hasil penelitian skripsi ini Radio ASKA FM menerapkan strategi komunikasi dalam mempertahankan eksistensi dengan langkah pertama yaitu mengenal khalayak atau pendengar dengan cara mengadakan Gathering dan Ketemu Monitor untuk menjalin keakraban dengan pendengar Radio ASKA FM, acara ini merupakan wadah untuk berdiskusi sekaligus tempat memantau informasi apa yang sebenarnya diinginkan khalayak, cara kedua membuka komunikasi dengan pendengar melalui sosial media, telepon, atau sms di sini khalayak bisa menyampaikan kritik dan saran yang nantinya menjadi bahan evaluasi pengelola radio untuk meningkatkan kualitas penyiaran, cara ketiga yaitu dengan mengadakan program acara yang berbentuk talkshow dengan mengundang orang yang cukup berpengaruh di masyarakat. Langkah kedua menyusun pesan Radio ASKA FM dimulai dengan memilih tema yang sedang aktual, hasil dari diskusi bersama lewat acara Gathering dan Ketemu Monitor yang ditindak lanjuti pengelola radio melalui workshop penyusunan program cara yang sesuai dengan keinginan khalayak Radio ASKA FM juga memiliki sumber siaran yang terencana

mulai dari kritik dan saran dari warga komunitas melalui media sosial, telepon, dan pesan singkat juga dari media cetak dan elektronik seperti surat kabar, majalah televisi dan internet. Materi siaran Radio ASKA FM juga dibedakan menjadi dua yaitu materi siaran dari luar dan dalam (produksi sendiri). Untuk materi dari luar seperti lagu qosidah, campursari religi, dan pop religi sedangkan dari dalam seperti program acara untuk kajian Tafsir Al Quran, hadits, Selamat Pagi Pendengar Setia ASKA Lentera Pagi, Kajian tasawuf, BUM (Berita Unik dan Menarik), Murottal, Siar dan Nada. Langkah ketiga menetapkan metode Radio ASKA FM melihat dua faktor yaitu berdasarkan pelaksanaannya dan isi. Berdasarkan pelaksanaannya Radio ASKA FM menggunakan metode *Redudency (repetition)* dan *Canalizing* sedangkan berdasarkan isi Radio ASKA FM menggunakan metode informatif, persuasif, dan edukatif. Langkah keempat penetapan metode Radio ASKA FM mengudara secara konvensional di 107.9 FM dan *Internet Live Streaming (ILS)* untuk mencakup pendengar di luar jangkauan siar.

Kata kunci: Strategi komunikasi radio, Eksistensi, Radio Pendidikan dan Dakwah

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
D. Tinjauan Pustaka .....	6
E. Metode Penelitian.....	8
F. Sistematika Penelitian .....	12
<b>BAB II STRATEGI KOMUNIKASI RADIO, EKSISTENSI, RADIO PENDIDIKAN DAN DAKWAH .....</b>	<b>14</b>
A. Strategi Komunikasi Radio .....	14

B. Eksistensi .....	22
C. Radio Pendidikan .....	22
<b>D. Radio Dakwah .....</b>	<b>23</b>
<b>BAB III PROFIL RADIO ASKA FM .....</b>	<b>26</b>
A. Gambaran Umum Radio ASKA FM.....	26
B. Maksud dan Tujuan Pendirian Radio ASKA FM .....	33
C. Visi dan Missi Radio ASKA FM .....	36
D. Profil Radio ASKA FM .....	37
E. Struktur Organisasi Radio ASKA FM .....	38
F. Sistem Kerja Antar Bagian.....	45
G. Jenis Program Acara Radio ASKA FM .....	38
H. Gambaran Umum Rencana Kerja Satu Tahun Kedepan.....	45
<b>BAB IV ANALISIS TERHADAP STRATEGI KOMUNIKASI RADIO ASKA FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI RADIO PENDIDIKAN DAN DAKWAH .....</b>	<b>48</b>
<b>A. Mengenal Khalayak .....</b>	<b>49</b>
B. Menyusun Pesan .....	52
C. Menetapkan Metode.....	54
D. Penetapan Media Komunikasi.....	57
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>59</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran.....	62
C. Penutup.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>

<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>70</b>
-----------------------------------	-----------

### **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Visi dan Misi Radio ASKA FM.....	28
Tabel 2. Unsur Pola Acara .....	36
Tabel 3. Pola Acara Mingguan Radio ASKA FM .....	38
Tabel 4. Deskripsi Program Acara Radio ASKA FM.....	38

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Radio ASKA FM .....	29
Gambar 2. Jangkauan Siar .....	31
Gambar 3. Peta Lokasi .....	32

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat memanfaatkan media massa sebagai sumber untuk menggali informasi yang sedang ramai diperbincangkan. Radio menjadi media massa yang efektif untuk memberikan informasi kepada khalayak. Hal ini diperkuat lewat ciri khas yang dimiliki radio dimana bisa didengarkan secara langsung. Artinya masyarakat bisa langsung mendengarkan informasi yang disampaikan tanpa harus memerlukan perhatian seperti televisi. Karena radio sendiri menyampaikan informasi menggunakan suara atau audio.

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi pada saat ini memudahkan persebaran informasi dengan cepat. Hal ini cukup berdampak kepada radio yang dianggap menjadi sumber informasi dan hiburan bagi masyarakat. Selain itu juga berpengaruh terhadap menurunnya jumlah pendengar radio pada saat ini. Penurunan ini dibuktikan dengan survei yang dilakukan oleh Nielsen Consumer Media View (2017) menyatakan bahwa radio sendiri masih menduduki peringkat ke empat dimana televisi masih menduduki peringkat pertama. Adapun penetrasi peminat televisi sebesar 96%, media luar ruangan 53%, internet 44%, dan radio sebesar 37%, sedangkan untuk koran hanya mendapatkan 7%, dan tabloid sebanyak 3% (<http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34250-sejarah-perkembangan-radi> diakses pada 10 Maret 2021 pukul 15:39 WIB).

Survei Jakpat (2019) mengatakan sebanyak 59% responden masih mendengarkan radio, artinya radio masih memiliki tempat dihati masyarakat, adapun alasan masih mendengarkan radio adalah untuk mengusir kebosanan

saat berkendara terutama ditengah kemacetan (<https://jakpat.net/info/data-pendengar-radio-di-indonesia-tinggi-apa-alasannya/>diakses pada 10 Maret 2021 pukul 15:56 WIB).

Berdasarkan data tersebut, radio mempunyai tantangan tersendiri dalam mempertahankan eksistensi di pendengar setia. Mempertahankan eksistensi memerlukan sebuah strategi yang baik guna menarik masyarakat untuk mendengarkan radio. Eksistensi industri radio bisa dibangun oleh para pengelola radio dengan strategi, mulai dari menyesuaikan pada karakteristik pendengar yang dituju sampai memaksimalkan segala aspek demi mempertahankan radio. Karena dengan semakin banyak cara atau strategi yang digunakan maka akan semakin banyak yang mendengarkan radio mereka. Dengan ini media radio perlu serius dalam menanggapi perkembangan teknologi yang dibarengi dengan kemunculan media digital ini. Apalagi radio komunitas pastinya bukan sebuah hal yang mudah untuk mempertahankan eksistensi. Karena radio komunitas sendiri tidak mendapatkan pemasukan yang pasti seperti radio komersil. Selain itu radio komunitas seringkali mengalami kendala-kendala yang akhirnya membuat radio gagal mempertahankan eksistensinya.

Namun Radio Komunitas Askahabul Kahfi atau lebih dikenal dengan Radio ASKA FM masih bisa mempertahankan eksistensinya dengan strategi tertentu yang tidak dimiliki oleh radio lainnya, sehingga radio ini bisa eksis di pendengarnya yang diwujudkan melalui program acara untuk mereka. Untuk itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan menjadikan Radio ASKA FM objek penelitian. Radio ASKA FM merupakan radio komunitas yang berada di Kota Semarang yang berbasis pendidikan dan dakwah sehingga pola program acara yang disiarkan berisis pengajian, pendidikan, dan hiburan yang mampu memenuhi kebutuhan warga komunitas. Sehingga pendengar bisa mendapatkan informasi yang berkaitan pendidikan Islam dan memperkenalkan budaya Islam yang benar.

Hadirnya Radio ASKA FM supaya masyarakat bisa mendapatkan akses untuk mendengarkan dakwah dimanapun dan kapanpun. Selain itu tujuan



pendirian Radio ASKA FM supaya masyarakat bisa menambah wawasan seputar keagamaan dengan cukup mendengarkan dari rumah melalui radio masing-masing tanpa harus mendatangi tempatnya. Dengan ini Radio ASKA FM menyuguhkan program acara yang bermuatan keagamaan, pendidikan, informasi dan hiburan yang bisa diterima oleh semua lapisan masyarakat untuk menyelamatkan saudara-saudara kita dari hal yang menjerumuskan.

Radio ASKA FM beralamatkan di Jalan Cangkiran, Gunungpati Km. 3 Polaman, Mijen, Kota Semarang. Radio ASKA FM merupakan salah satu Lembaga Penyiaran Komunitas yang ada di Kota Semarang.

Radio komunitas merupakan bagian dari media penyiaran yang mempunyai strategi dalam menyuguhkan apa yang tidak bisa ditawarkan oleh radio lainnya. Berbicara tentang media penyiaran komunitas, radio komunitas sendiri merupakan lembaga layanan yang dimiliki oleh sebuah komunitas tertentu, umumnya melalui yayasan atau asosiasi. Pendirian radio komunitas sendiri guna menghadapi dan membagikan manfaat untuk warga komunitas dimana lembaga penyiaran tersebut berada (Colin, 2001, hal. 3). Penetrasi program acara dari Radio ASKA FM antara lain keagamaan 30%, berita 5%, informasi 20%, hiburan dan musik 25%, Layanan Masyarakat atau Iklan Layanan Masyarakat (ILM) 15%, untuk pendidikan dan kebudayaan sebanyak 15%.

Radio ASKA FM berdiri sejak tahun 2013 sampai saat ini masih lancar dan efektif melakukan siaran untuk pendengar setianya. Banyak tantangan yang harus dihadapi Radio ASKA FM sebagai Lembaga Penyiaran Komunitas seperti jangkauan radio komunitas yang hanya 2,5 Km hal ini cukup berpengaruh untuk Radio ASKA FM dalam menggaet pendengar. Selain itu mudahnya tersaingi dengan radio lainnya karena posisi letak Radio ASKA FM sendiri berada di perbatasan Kab. Semarang dan Kab. Kendal. Tidak hanya itu adanya radio gelap atau tidak berizin yang menggunakan kanal di wilayah kanal 202 frekuensi 107,7 di daerah Lembaga Penyiaran Komunitas ASKA FM. Radio swasta yang mulai menyajikan program acara yang sama dengan balutan hadiah yang bervariasi tentu saja menjadikan sebuah anacaman dalam

merebut segemen. Tidak hanya itu makin banyak radio komunitas yang juga menghadirkan program acara yang sejenis sehingga menjadi sebuah ancaman tersendiri untuk Radio ASKA FM.

Hal ini membuat semua pihak Radio ASKA FM harus berfikir secara keras supaya bisa bersaing dengan media lainnya agar tetap mempertahankan eksistensi di tengah terbatasnya jangkauan siar, jumlah pendengar radio komunitas yang tidak sebesar radio konvensional dan pembatasan jam siar untuk radio komunitas.

Radio ASKA FM sendiri tidak membatasi segmentasi pendengar, karena Radio ASKA FM sendiri ingin sekali menjadikan radio komunitas yang bisa melayani semua kalangan masyarakat, meskipun secara spesifikasi program acara sendiri tertuju untuk pendengar menengah keatas. Adanya *midle low* sendiri terjadi akibat ketertarikan masyarakat dengan program acara dari Radio ASKA FM yang diberikan kepada masyarakat. Secara umum untuk pendengar Radio ASKA FM sendiri rata-rata berusia 18 tahun, serta beberapa pendengar mulai dari kalangan santri, pedagang, ibu rumah tangga, dan sebagainya. Pendengar Radio ASKA FM pada tahun 2020 berjumlah 1500 orang.

Pendengar sendiri menjadi kebutuhan penting untuk keberlangsungan eksistensi sebuah radio. Adanya data pendengar setia, Radio ASKA FM sampai saat ini masih tetap bisa mempertahankan karakteristik yang dimiliki Radio ASKA FM dalam menyiarkan program-program yang sudah disiapkan serta berkaitan dengan visi misi yang sudah dijunjung tinggi yaitu radio pendidikan dan dakwah. Radio sendiri memiliki sifat yang sangat fleksibel artinya radio bisa kita dengarkan dimana saja, maka ini bisa menjadikan alasan bahwa Radio ASKA FM harus tetap ada di tengah munculnya media baru.

Bentuk eksistensi dari radio pendidikan dan dakwah di tengah datangnya media baru dengan memberikan informasi yang sedang aktual seputar pendidikan dan dakwah sehingga ketika masyarakat mendengarkan informasi tersebut merasa sedang diperhatikan.

Penelitian ini diharapkan bisa mengetahui strategi komunikasi radio apa saja yang dilakukan oleh Radio ASKA FM untuk mempertahankan eksistensi terkhususnya radio dakwah dan pendidikan. Selain itu adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan ilmu yang bermnafaat kepada para pengelola stasiun radio untuk mempertahankan eksistensinya ditengah gempuran media baru yang terus berdatangan. Maka dari itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul “*Strategi Komunikasi Radio ASKA FM dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Radio Pendidikan dan Dakwah*”.

## **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan permasalahan yaitu: Bagaimana Strategi Komunikasi Radio ASKA FM dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Radio Pendidikan dan Dakwah?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Mengikuti rumusan maslaah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi Radio ASKA FM dalam mempertahankan eksistensinya sebagai radio pendidikan dan dakwah. Selanjutnya dengan tercapainya tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoretis**

Penelitian ini nantinya bisa memberikan manfaat secara teoritis yaitu, memberikan sumbangsih gambaran serta menjadi kontribusi pengembangan ilmu di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam tentang strategi komunikasi radio dalam mempertahankan eksistensi sebagai radio pendidikan dan dakwah. Semoga penelitian ini juga bisa menjadi referensi bahan penelitian selanjutnya.

### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan bisa membagikan wawasan untuk penyengleggara radio yang berkaitan dengan bagaimana cara mempertahankan eksistensi radio pendidikan dan dakwah. Selain itu bisa memberikan manfaat praktis untuk mahasiswa dan umumnya kepada seluruh masyarakat pendengar radio.

#### D. Tinjauan Pustaka

Supaya tidak ada kesamaan dengan penelitian sebelumnya, peneliti telah melakukan penelusuran serta kajian literatur dari berbagai sumber atau referensi yang berkaitan dengan penelitian yang sedang ditulis. Berikut ada beberapa penelusuran yang serupa atau ada yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Penelitian berbentuk skripsi yang ditulis oleh Vadilla Nandika Putri (2018) Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul "*Strategi Komunikasi Radio Dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar Radio Tidar Magelang 94.3 FM*". Jenis penelitian ini kualitatif deskriptif, menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi, wawancara. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi yang digunakan Radio Tidar 94.3 FM dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pendengar, adapun strateginya meliputi strategi mengenal khalayak, strategi sasaran komunikasi dengan cara mengadopsi program terdahulu dan berusaha mengetahui kondisi masyarakat Magelang terutama remaja. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama meneliti strategi komunikasi radio. Sedangkan perbedaannya adalah pada objek dan fokus penelitian, dimana peneliti akan mengkaji tentang strategi komunikasi Radio ASKA FM dalam mempertahankan eksistensi sebagai radio pendidikan dan dakwah.
2. Penelitian berbentuk skripsi yang ditulis M Rizki Majistra Abdi (2019) Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul "*Strategi Radio Dakwah Dalam Memperoleh Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio KITA 94,3 FM Cirebon)*". Jenis penelitian penelitian kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi yang digunakan radio dalam meningkatkan jumlah pendengar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis sama-sama mengulik tentang

strategi yang digunakan radio. Perbedaan terletak peneliti ingin membahas strategi komunikasi yang digunakan radio dalam mempertahankan eksistensi sebagai radio pendidikan dan dakwah, sedangkan pada skripsi ini membahas strategi untuk menjangkau pendengar.

3. Penelitian berbentuk skripsi yang ditulis Safa`atum (2015) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan judul “*Strategi Komunikasi Radio Dais 107.9 FM Semarang dalam Siaran Streaming*”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara atau *interview*, dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi apa yang dilakukan Radio DAIS FM dalam siaran *streaming*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama mengkaji strategi komunikasi. Perbedaan terdapat pada objek dan fokus penelitian, dimana peneliti mengkaji strategi komunikasi Radio ASKA FM dalam mempertahankan eksistensi sebagai radio pendidikan dan dakwah.
4. Penelitian berbentuk skripsi yang ditulis Alifia Qiroatul Aini (2019) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan judul “*Strategi Radio Swara Kendal Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Media online*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif analisis SWOT dengan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi Radio Swara Kendal FM dalam mempertahankan eksistensinya di era media online. Peneliti menjabarkan strategi radio, strategi program, strategi pendengar. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama mengkaji tentang strategi radio dalam mempertahankan eksistensinya. Perbedaannya terdapat pada objek penelitiannya.
5. Penelitian berbentuk skripsi yang ditulis Ulya Afifah (2019) Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Salatiga yang berjudul “*Strategi*

*Komunikasi Penyiaran Radio Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar*”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tujuan penelitian ingin mencari tahu bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan penyiar untuk meningkatkan jumlah pendengar Radio Dakwah Islam Semarang. Persamaan sama-sama membahas strategi komunikasi. Perbedaan terletak pada fokus dan objek penelitian.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif, karena penelitian ini nantinya menampilkan data yang deskriptif berbentuk kalimat tidak berdasarkan hitung-hitungan statistik. Hal ini dibuktikan dari penjelasan Bodgan dan Taylor yang menerangkan bahwa metodologi kualitatif bagaikan prosedur penelitian yang menghadirkan data deskriptif yang berbentuk kata-kata tertulis atau lisan (Moleong, 2004, hal. 3). Penulis akan mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi apa yang digunakan Radio ASKA FM dalam mempertahankan eksistensi sebagai radio pendidikan dan dakwah.

Untuk menganalisis pada penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif. Adapaun pendekatan deskriptif merupakan penggambaran yang dibangun guna mengikuti rumusan masalah serta memandu peneliti dengan cara menyeluruh dan mendalam. Penelitian deskriptif sendiri memiliki tujuan untuk mendeskripsikan sesuatu secara sistematis, faktual, dan aktual berdasarkan apa yang ditemukan pada objek (Muhtadi, 2015, hal. 19).

### **2. Definisi konseptual**

Definisi konseptual yakni konsepsi penelitian atas variabel-variabel atau aspek utama sebuah penelitian yang disusun atau dibuat berdasarkan teori-teori yang sudah ditetapkan. Dalam penelitian ini penulis

mengangkat judul strategi komunikasi Radio ASKA FM dalam mempertahankan eksistensi sebagai radio pendidikan dan dakwah. Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam mendalami judul skripsi ini, maka peneliti menjelaskan batasan-batasan dalam penelitian ini:

a. Strategi Komunikasi

Menurut Humaidi (2010, hal. 6) mengatakan bahwa strategi komunikasi yakni bentuk untuk menyusun operasi pelaksanaan komunikasi supaya berhasil. Hakikatnya strategi komunikasi terdiri dari perencanaan (*planning*), manajemen (*management*) yang digunakan dalam mencapai sebuah tujuan. Supaya menggapai tujuan tersebut strategi sendiri tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya bertugas menunjukkan arah, tetapi menunjukkan taktik operasi.

b. Eksistensi

Menurut Abidin (2007, hal. 16) eksistensi ialah sebuah progeres yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada. Semua sesuai dari asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *exsistere* yang berarti keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi bisa disimpulkan bahwa eksistensi tidak berifat kaku dan terhenti, namun lentur atau fleksibel dan menghadapi perkembangan atau kemunduruan, bergantung kepada kemampuan mengolah potensi yang ada.

c. Radio Pendidikan dan Dakwah

Menurut Masduki radio pendidikan sendiri adalah alat yang bisa digunakan untuk menyamaikan infromasi atau pesan-pesan pendidikan sesuai dengan peran ideal radio itu sendiri sebagaia alat publik yaitu penyampaian infromasi dan hiburan untuk masyarakat (Masduki, 2001, hal. 9). Sedangkan radio dakwah adalah radio yang menmbuat konsep program acara berisikan siaran pesan dawkah (ajaran Islam).

Radio pendidikan dan dakwah adalah radio yang menyiarkan program acara berkaitan tentang seputar pendidikan dan pesan-pesan dakwah.

### 3. Sumber dan Jenis Data

Penelitian kualitatif, data sendiri diinterpretasikan sebagai material kasar yang diteliti oleh peneliti untuk membangun dasar-dasar analisis. Data sendiri merupakan sumber informasi yang terekam sehingga dapat dibedakan menjadi data lain, dengan demikian data bisa menjawab dan analisis rumusan masalah (Tanseh, 2011, hal. 64). Sumber data sendiri dibagi menjadi dua, yaitu:

#### a. Data Primer

Data primer sendiri yakni jenis data pokok yang bertautan dan ditemukan secara langsung dari objek penelitian (Subagyo, 1991, hal. 87). Mengenai sumber data primer yang peneliti pakai yaitu data-data dari Radio ASKA FM sendiri yang didapatkan dari hasil observasi dan hasil wawancara dengan penanggung jawab bidang umum, penanggung jawab bidang pemberitaan, penanggung jawab bidang teknik, kru, dan penyiar Radio ASKA FM.

#### b. Data Sekunder

Sementara data sekunder berumber dari buku, formulir permohonan izin penyelenggaraan penyiaran lembaga komunitas, jurnal, foto, dan artikel yang berisi profil Radio ASKA FM.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan cara pengumpulan data berupa observasi, wawancara, serta dokumentasi. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

#### a. Observasi

Sementara menurut Sugiyono (2004), observasi merupakan kegiatan yang berisi pengamatan, pengawasa, peninjauan, atau riset



yang berkaitan objek penelitian. Proses observasi dimulai dengan mengidentifikasi permasalahan yang sedang terjadi saat ini mengenai. Tahapan selanjutnya mengamati secara langsung kondisi Radio ASKA FM ketika siaran sedang berlangsung, kondisi ruang siaran, dan peralatan yang digunakan untuk siaran. Tahapan selanjutnya yaitu setelah melakukan observasi adalah menyiapkan kerangka wawancara dan memilih siapa yang akan menjadi narasumber dipenelitian ini.

b. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan dialog antara peneliti dan informan yang diperkirakan memiliki informasi penting terhadap obyek yang sedang diteliti (Kriyanto, 2006, hal. 62). Sementara Steward dan Cash (1982) mengumpamakan wawancara sebagai sejenis cara komunikasi interpersonal untuk mencapai maksud yang sudah ditetapkan sebelumnya, berwujud serius, yang didesain untuk menciptakan interaksi yang bisa menyertakan aktivitas menyoal dan menimpal pertanyaan.

Teknik wawancara yang dipergunakan ialah wawancara secara terstruktur dan mendalam guna mendapatkan data. Penulis akan melakukan wawancara dengan penanggung jawab bidang umum, penanggung jawab bidang pemberitaan, penanggung jawab bidang teknik, kru, dan penyiar Radio ASKA FM

c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015, hal. 82) dokumentasi yaitu cara atau teknik yang diterapkan guna mendapatkan data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar serta keterangan yang bisa mendukung penelitian.

Teknik pengumpulan menggunakan metode dokumentasi penulis mendapatkan dokumen berisi sejarah Radio ASKA FM, struktur organisasi, kondisi ruangan siar dan foto sarana prasarana

yang digunakan untuk mendukung siaran yang dimiliki di Radio ASKA FM.

#### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data yakni usaha menelusuri dan mengatur secara terstruktur ulasan hasil dari obeservasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mengembangkan pengertian peneliti tentang persoalan yang diteliti serta menyajikan peneltian tersebut untuk orang lain (Muhanjir: 1998: 104). Sedangkan menurut Moleong (2004, hal. 280) analisis data merupakan teknik menjajarkan data ke dalam acuan, takaran, dan satuan uraian dasar yang menghasilkan subjek dan dapat menjelaskan hipotesis, berdasar data yang ada.

Data yang telah terhimpun dari hasil observasi, wawancara atau *interview*, dan dokumentasi, selanjutnya data tersebut dianalisis. Adapun tahapan-tahapannya, yaitu:

- a) Menghimpun data yang sudah didapatkan dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi
- b) Menyunting semua data yang sudah masuk
- c) Memulai mengatur data yang diperoleh sesuai dengan sistematika pembahasan yang sudah dipersiapkan
- d) Melakukan analisis semampunya atas data yang sudah tertata guna menyanggah permasalahan ibarat kesimpulan.

#### **F. Sistematika Penelitian**

Sesuai dengan pedoman penulisan skripsi yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, agar terbentuk penulisan yang baik dan terarag maka dalam pembahasannya terbagai menjadi beberapa bagian utama.

1. Pertama, bagian awal, judul, halaman, nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman abstrak, kata pengantar dan daftar isi.
2. Kedua, bagian ini terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut:

**Bab I:** Pendahuluan, di dalam bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

**Bab II:** Kerangka teoritik menjelaskan tentang tinjauan teoritis yang merupakan variabel penelitian. Pada penelitian ini akan menguraikan tentang strategi, pengertian komunikasi, strategi komunikasi, ruang lingkup radio, pengertian radio dakwah dan pendidikan.

**Bab III:** Memuat tentang gambaran umum dan menguraikan objek penelitian, pada bagaian ini peneliti akan memaparkan sejarah berdirinya Radio ASKA FM, Visi dan Misi Radio ASKA FM, profil Radio ASKA FM, dan tentunya data penelitian.

**Bab IV:** berisi analisis kemampuan meneliti, menganalisis dan mengkaji strategi komunikasi pada Radio ASKA FM dalam mempertahankan eksistensi sebagai radio dakwah dan pendidikan.

**Bab V:** berisi kesimpulan yang merupakan jawaban dari permasalahan yang dibahas berisi saran-saran dan penelitian.

## BAB II

### STRATEGI KOMUNIKASI RADIO, EKSISTENSI, RADIO PENDIDIKAN DAN DAKWAH

#### A. Strategi Komunikasi Radio

##### 1. Pengertian Staretgi

Strategi berasal dari Bahasa Yunani “*stragos*” yang memiliki makna sebuah cara dalam menggapai suatu kejayaan dalam sebuah pertempuran. Kata strategi lebih dahulu dipakai dalam wilayah militer, akan tetapi istilah strategi sendiri sudah banyak digunakan bidang yang relatif mempunyai arti yang seragam (Masitoh, 2009, hal. 3).

Strategi sebenarnya sejenis persiapan dan manajemen untuk mendapatkan sebuah target. Dalam mencapai sebuah tujuan strategi tidak hanya menjadi sebuah penunjuk jalan atau peta akan tetapi bisa memperlihatkan bagaimana taktik operasi dari sebuah strategi tersebut. Untuk memilih sebuah strategi serta struktur untuk mengimplementasikan para manajer harus mempertimbangkan pengaruh lingkungan eksternal untuk organisasi (Amirullah, 2015, hal. 4). Strategi disusun, didemonstrasikan serta dikonsepsikan dengan baik supaya menghasilkan pelaksanaan yang sering disebut dengan strategi (Aziz, 2009). Hisyam Alie yang dikutip oleh Rafi`udin (2004, hal. 77) mengatakan guna mencapai strategi maka harus mencermati beberapa hal diantaranya sebagai berikut: a) *Strengh* (kekuatan) artinya bisa melihat kekuatan yang ada baik manusia, uang, atau beberapa perkakas yang dimiliki. b) *Weaknes* (Kelemahan) disini artinya kita bisa melihat kelemahan yang mengait aspek-aspek di kekuatan itu sendiri. c). *Opprtunity* (peluang yakni mampu memperkirakan beberapa peluang yang ada, baik peluang besar maupun peluang kecil guna mencaapai tujuan. d) *Threats* (ancaman) bisa melihat potensi adanya ancaman saat akan mencapai tujuan. Sebenarnya strategi merupakan keutuhan kedudukan sementara tentang

perbuatan atau aksi yang akan dioperasikan nantinya dapat menggapai tujuan yang diinginkan

## 2. Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan cara sosial dimana individu-individu yang memanfaatkan simbol-simbol untuk mewujudkan serta menafsirkan makna dalam wilayah mereka. Komunikasi sendiri meliputi komunikasi tatap muka samapai komunikasi media. Komunikasi yakni kegiatan dasar manusia, karena lewat komunikasi bisa berhubunga satu dengan yang lainnya di dalam kesibukan sehari-hari dimanpun manusia berada (Santoso, 2012, hal. 46).

Komunikasi merupakan sebuah cara aktivitas manusia yang dikenali banyak orang akan tetapi hanya sedikit orang yang mampu menginterpretasikan secara memuaskan. Komunikasi sendiri mempunyai nilai yang tidak tehitung mulai dari saling berbincang satu sama lain, televisi, radio, peredaran informasi, gaya rambut kita, kritik dan saran (Fiske, 2012, hal. 1).

Rogers & Kincadi (1981) mengatakan bahwa komunikasi yaitu semacam cara di mana ada satu orang atau lebih yang melangsungkan tukar informasi dengan satu sama lainnya, ketika tiba pada waktunya maka akan ada saling pengertian yang mengakar. Sebaliknya model komunikasi yang dirumuskan oleh Harlod D. Lasswel yaitu: *who, says what, in wich channel, to wom, with what effect*, model komunikasi ini mencakup siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya. Prosesi ini disebut dengan teknik komunikasi satu model yang terdahulu serta paling berpengaruh (Shoemaker, 2003).

Jadi bisa disimpulkan bahwa komunikasi melambangkan urusan yang paling penting dalam perkembangan serta kesuksesan sebuah hubungan, baik dalam lingkup formal seperti organisasi atau lembaga pendidikan ataupun interaksi pada organisasi yang bersifat umum. Bisa disimpulkan komunikasi merupakan sebuah perilaku berbgai informasi,

gagasan, atau pendapat dari setiap partisipan komunikasi didalamnya untuk menggapai sebuah maksud yang diinginkan.

### 3. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi menurut Harlod Lasswell menerangkan kegiatan komunikasi dengan menjawab pertanyaan “*Who says what in wich channel to whom what with what effect?*”. Artinya bahwa siapa komunikatornya, pesan apa yang disampaikan, media apa yang digunakan, siapa komunikatornya serta efek apa yang ditimbulkan (Rosady, 2007, hal. 122).

Menurut Humaidi (2010, hal. 6) menjelaskan strategi komunikasi yakni usaha untuk memanipulasi operasi pelaksanaan komunikasi supaya berhasil. Strategi komunikasi sendiri semestinya terdiri dari perencanaan (*planning*), manajemen (*management*) untuk menggapai sebuah tujuan. Supaya mendapatkan tujuan tersebut strategi sendiri tidak berfungsi bagaikan denah yang hanya bertugas sebagai petunjuk arah, melainkan memperlihatkan cara operasionalnya.

Sedangkan menurut Cangara (2013, hal. 61) strategi komunikasi melambangkan gabungan terbaik dari segala komponen komunikasi yang disusun guna mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Dalam suasana komunikasi, untuk membentuk strategi komunikasi terdapat empat aspek yang perlu diikuti (Fajar, 2009, hal. 183), yaitu:

#### a) Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak adalah kiat awal bagi komunikator guna menghasilkan sebuah komunikasi yang efektif. Dapat diingat dalam proses komunikasi, khalayak bukanlah semuanya itu pasif tapi juga ada yang aktif. Maka antara komunikator dan komunikan tidak hanya terjadi saling berkaitan, tetapi juga saling mempengaruhi.

Semua ini tergantung kepada tujuan komunikasi, apakah tujuan supaya komunikan sekadar menangkap (dengan metode informatif) atau komunikasi bisa menjalankan tindakan atau

timbang balik (metode persuasif). Akan tetapi yang harus diperhatikan dalam hal ini adalah kerangka faktor referensi (*frame of raferance*) yakni faktor kondisi serta atmosfer komunikasi.

Dalam sebuah sistem komunikasi, komunikator dan komunikan memiliki keperluan yang sama. Karena tanpa adanya sebuah keperluan yang sama komunikasi tidak akan terjadi. Agar komunikasi dapat berlangsung serta mendapatkan hasil yang positif, komunikator patut melahirkan kesamaan keperluan dengan komunikan terutama dalam pesan, metode serta media.

b) Menyusun Pesan

Tahapan selanjutnya yakni membentuk pesan, pesan yang dimaksud yakni memastikan topik dan materi. Syarat utama guna mempengaruhi khlayak dari pesan tersebut yaitu bisa membangunkan perhatian. Perhatian ini sendiri melambangkan pengamatan terpusat, lantaran segala yang diamati bisa menumbuhkan perhatian. Dengan bisa menarik perhatian merupakan tahap awal dari sebuah efektivitas dalam komunikasi, karena munculnya khalayak atau komunikasi terhadap pesan-pesan yang diberikan. Ini semua sebanding dengan *AA procedure atau from Attention to Action Procedure* (membangkitkan *Attention* agar seterusnya bisa mendorong seseorang atau kelompok untuk melaksanakan aktivitas (*Action*) sesuai dengan tujuan yang sudah direncanakan.

c) Menetapkan Metode

Dalam mengenakan metode penyampaian kita bisa melihat dua faktor, yaitu menurut cara pelaksanaannya dan menurut isisnya. Berdasarkan cara pelaksanaannya dapat dilaksanakan dalam dua cara, yaitu metode *redundancy (repetition)* dan *canalizing*. Sedangkan menurut isinya dikenal dengan metode *informatif, persuasif, dan edukatif*. Metode *informatif* sendiri

lebih mengacu pada akal pikiran khalayak, dalam pelaksanaannya dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita, dsb. Metode *persuasif* yaitu mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk, disini khalayak digugah pikirannya ataupun perasaannya. Metode *edukatif* melambangkan metode yang membagikan suatu ide kepada khalayak bersumber pada fakta-fakta, pendapat, dan pengalaman yang bisa dipertanggungjawabkan dari sisi kebenaran dengan disengaja, runtut dan terencana yang bertujuan merombak perbuatan khalayak ke arah yang diharapkan.

d) Penetapan Media Komunikasi

perihal memperoleh sebuah sasaran komunikasi kita perlu memadukan salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung kepada pencapaian yang diinginkan, pesan yang akan diberikan dan cara yang dipakai, lantaran setiap medium sendiri memiliki kelemahan-kelemahan tersendiri sebagai alat. Maka sebab itu, memanfaatkan media radio sendiri sebagai alternatif strategi dakwah membutuhkan sebuah taktik dan anjang-ancang yang tepat dengan memperhatikan indikator-indikator untuk memperoleh hasil yang optimal.

#### 4. Pengertian Radio

Radio merupakan suara, dalam buku yang berjudul *Inside Broadcasting* yang ditulis Julian Newby menjelaskan, *radio is the brith of broadcasting* (radio merupakan anak pertama dunia penyiaran). Suara sendiri menjadi aset terpenting radio untuk pendengar dan stimulasi yang akan dihubungkan kepada pendengar. Sedangkan secara psikologis suara sendiri merupakan impresi yang tersampaikan kedalam kemasam auditif.

Suara dalam radio merupakan gandingan tekanan sosial, perseptual, serta fisikal yang diakibatkan dan berasal dari suatu suara yang termediasi teknologi yang mampu menghasilkann pandangan visual tertentu dibenak pendegar. Setiap suara sendiri bisa memanifestasikan



gambaran yang berbeda. Perpaduan kata, musik, serta efek suara yang lainnya bisa menguasai emosi pendengar dan mengundnag pendengar sekan-akan sedang berada dilokasi kejadian yang sedang dikomunikasikan. Semua ini disebut dengan “*The theatre of mind*” (Masduki, 2004, hal. 16).

Radio adalah teknologi yang memanfaatkan proses pencampuran dua sinyal menjadi satu sinyal dan radiasi gelombang elektromagnetik yang melewati serta merambat lewat udara. Gelombang tersebut juga merambat lewat ruang angkasa yang hampa akan udara, hal ini terjadi sebab gelombang sendiri tidak menggunakan semacam medium pengangkut, seperti udara.

Beda dengan media cetak, dimana pembaca bisa mengulang bacaan yang sudah dibaca sampai berulang-ulang kali. Sementara itu radio merupakan perangkat hiburan termurah dan tercepat. Hal ini yang membuat radio menjadi media utama untuk mendengarkan musik (Indah dkk, 2014, hal. 112).

#### **a. Karakteristik Radio**

Radio ketika memberikan pesan atau isi program yang sudah dikemas, radio memiliki teknik tersendiri atau sering disebut dengan gaya radio yang meliputi bahasa, kata-kata lisan, musik atau lagu, dan efek suara yang melahirkan kunci utama sebuah menunjukkan identitas radio dalam menyuguhkan program untuk penikmatnya. Effendi menjelaskan bahwa gaya radio siaran bisa tumbuh karena komponen: sifat siaran, sifat pendengar. Sifat dan gaya radio sendiri memiliki karakteristik seperti:

Radio merupakan media massa yang mempunyai sejumlah karakteristik.berikutkaratekristik radio sebagai media massa:

- 1) Publisitas. Radio menyiarkan informasi terhadap publik, pendengar, atau orang banyak. Siapa pun dapat

mendengarkan siaran radio. Tidak ada penentu siapa saja yang tidak boleh mendengarkan radio.

- 2) Universalitas. Pesan yang disiarkan radio mempunyai sifat umum, berkenaan semua sudut pandang kehidupan serta semua kejadian yang terjadi diberbagai kawasan, juga terkait kepentingan umum karena sasarannya masyarakat secara umum.
- 3) Periodisitas. Artinya pasti dan koheren. Contohnya harian atau mingguan. Seperti radio mengudara secara teratur, misalnya radio mengudara selama 18 jam setiap hari mulai dari jam 04.00 sampai 22.00 setiap harinya.
- 4) Kontinuitas. Berarti kesinambungan atau secara terus menerus sesuai waktu atau jadwal terbit, seperti informasi atau laporan peristiwa yang sedang terjadi saat
- 5) Aktualitas. Artinya adalah ada hal-hal baru, tips baru, dan sebagainya. Disini aktualitas diartikan sebagai kecepatan penyampaian informasi kepada pendengar (Romli, 2009, hal. 16-17).

#### **b. Kelebihan dan Kekurangan Radio**

Kelebihan radio dibandingkan media massa lainnya menurut Romli (2010, hal. 26) yaitu:

Cepat dan langsung. Radio merupakan media massa tercepat bahkan lebih cepat dari pada koran ataupun televisi dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Hal ini didasari radio sendiri tidak menempuh proses yang kompleks dan tidak memerlukan banyak waktu seperti televisi atau sajian media cetak. Radio cukup membutuhkan telepon router radio, atau siapapun dapat secara langsung memberikan atau menyampaikan peristiwa yang sedang terjadi.

Hangat. Perpaduan kata-kata, musik, dan efek suara yang ada di siaran radio bisa merajai emosional pendengar. Pendengar

akan merespin atas kehangatan suara penyiar radio bahkan menganggap bahwa penyiar radio merupakan seorang teman (Romli, 2010, hal. 26).

Murah. Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau televisi, radio sendiri jauh lebih murah. Pendengar sendiri tidak perlu membayar ketika ingin mendengarkan radio, listrik yang dipakai radio tidak sebesar yang dipakai oleh televisi.

Fleksibel. Siaran radio dapat didengarkan sambil mengerjakan hal lain atau sering disebut dengan multitasking tanpa menghambat aktifitas yang lain: seperti mengemudi, belajar, dan membaca koran (Romli, 2010, hal. 26).

Kendatipun kekurangan radio sendiri sebagai berikut:

Selintas. Siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan, bila tidak didengarkan dengan konsentrasi yang tinggi. Pendengar juga tidak mampu mengulang apa yang didengar, ini cukup berbeda ketika sedang membaca koran atau majalah yang bisa membaca ulang bacaan dari awal tulisan ketika tidak memahami akan informasi tersebut.

Batasan Waktu. Radio sendiri mempunyai waktu siaran yang relatif terbatas, hanya 24 jam sehari, ini cukup berbeda dengan surat kabar yang dapat menambah jumlah halaman dengan bebas. Hal ini berbeda dengan waktu, karena 24 jam tidak bisa ditambah menjadi 25 jam bahkan lebih.

Beralur Linier. Dimana program siaran yang disiarkan radio dan didengarkan pendengar sesuai dengan urutan atau program siaran yang sudah dijadwalkan, tidak boleh loncat-loncat. Hal ini begitu berlawanan dengan koran, pembaca dapat langsung menuju halaman yang diinginkan baik ke halaman tengah, akhir, atau rubrik yang disukai saja.

Mempunyai Gangguan. Gangguan yang dideskripsikan merupakan gangguan sinyal, seperti muncul-hilang atau gangguan teknis atau suara menjadi tidak jernih (Romli, 2004, hal. 22).

Penulis menyimpulkan bahwa strategi komunikasi radio merupakan cara untuk mengatur operasi yang dilakukan radio dalam mengatur operasi sebuah pelaksanaan komunikasi kepada pendengar supaya berhasil.

## **B. Eksistensi**

*Kamus Besar Bahasa Indonesia* menjelaskan bahwa eksistensi sendiri berarti kehadiran. Eksistensi sendiri berasal dari bahasa latin *existeve* yang berarti muncul, ada, timbul, meemiliki keberadaan aktual. *Existeve* disusun dari kata *ex* yang berarti “keluar” dan *sisteve* yang berarti “tampil” atau “muncul”.

Menurut Abdidin (2007, hal. 16) eksistensi merupakan sebuah progeres yang aktif, suatu, menjadi atau mengada. Ini semua sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *existere* yang berarti keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi dapat disimpulkan bahwa eksistensi tidak berifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau fleksibel dan mengalami perkembangan atau kemunduruan, tergantung kepada kemampuan mengloah potensi yang ada.

Beberapa pendapat mengenai eksistensi penulis menyimpulkan bahwa eksistensi adalah sebuah cara untuk menunjukkan keberadaan suatu potensi yang dimiliki. Cara tersebut tidak bersifat kaku sehingga mengalami perubahan serta rentan mengalami kemunduruan, tergantung kemampuan dalam mengolah potensi tersebut.

## **C. Radio Pendidikan**

Peraturan Pemerintah No. 55 Tahun 1977, mengatakan bahwa radio siaran sebuah pemancar siaran yang ditujukan secara langsung bagi khalayak berupa suara dan menggunakan gelombang radio sebagai media. Undang-undang Penyiaran No. 33 Tahun 2002, menjelaskan radio siaran merupakan sebuah aktivitas penyebarluasan siaran menggunakan pemancar dengan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan media lainnya sehingga bisa diterima

secara serentak serta bersama masyarakat menggunakan perangkat penerima siaran, siaran ini dikerjakan secara teratur dan terus-menerus.

Peneliti menyimpulkan, radio merupakan kegiatan penyebarluasan informasi berbentuk suara dengan menggunakan gelombang radio lewat udara, kegiatan penyebarluasan informasi melalui udara, kabel dan pemancar, supaya masyarakat bisa mendengarkan siaran tersebut maka membutuhkan perangkat siaran agar bisa mendengarkan siaran informasi tersebut.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2003, pendidikan merupakan sebuah usaha secara sadar dan tersusun guna melahirkan atmosfer belajar serta cara pembelajaran supaya murid secara aktif mengelola potensi yang dimiliki dirinya untuk memiliki spiritual keagamaan, cara mengendalikan diri, kepribadia, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang dibutuhkan dirinya sendiri, masyarakat, hingga bangsa dan negara.

Makna Pendidikan secara sederhana dan umum merupakan sebuah cara yang dilakukan manusia guna melahirkan dan mengembangkan potensi-potensi pembawaan yang baik seperti jasmani maupun rohani sesuai dengan nilai-nilai yang ada didalam masyarakat dan kebudayaan. Adapun usaha yang dilakukan guna menanamkan nilai-nilai serta norma-norma tersebut serta mewariskan kepada generasi selanjutnya untuk dikembangkan dalam hidup dan kehidupan yang terjadi didalam sebuah proses pendidikan untuk cara manusia dalam melestarikan hidupnya (Ihsan, 2005, hal. 1).

Berbagai penjabaran tersebut mengenai pendidikan, penulis menyimpulkan pendidikan merupakan cara sadar serta tersusun untuk memberikan ilmu.

#### **D. Radio Dakwah**

Radio merupakan salah satu wujud media masaa. Radio memegang potensi mengkomunikasikan sesuatu sangat besar mulai kesetiap rumah, desa, kota, negara bahkan antar negara dengan lewat satelit (Prilani, 2010, hal. 20).

KPI menyebutkan dalam situsnya bahwa radio melambangkan sebuah media massa satu arah yang memiliki peran memberikan pesan berupa berita, informasi, serta hiburan untuk mansyarakat secara luas. Radio sendiri sudah

mengalami proses perubahan yang cukup lama sebelum menjadi media massa saat ini Sejarah Singkat Perkembangan Radio ([http://Sejarah Singkat Perkembangan Radio \(kpi.go.id\)](http://Sejarah_Singkat_Perkembangan_Radio_(kpi.go.id))).

Berdasarkan bahasa, dakwah berasal dari Bahasa Arab yaitu *da`ayad`uda`watan*, yang berarti menyeru, mengajak, memanggil. Kata tersebut sekarang telah menjadi istilah baku dalam Bahasa Indonesia. Sedangkan *Kamus Besar Bahasa Indonesia* mengartikan dakwah sebagai kegiatan penyiaran, propaganda, penyiaran agama dikalangan masyarakat dan pengembangan, seruan untuk memeluk, mempelajarim dan mengamalkan agama (Enjang & Aliyuddin, 2009, hal. 3).

Menurut Aziz (2009, hal. 6-9) mengatakan bahwa dakwah merupakan aktivitas untuk meningkatkan iman sesuai dengan syariat Islam. Dakwah menjadi sebuah cara meningkatkan iman dalam diri manusia syariat Islam. Cara ini menyampaikan sebuah kegiatan secara terus-menerus, berlanjut, dan perlahan-lahan. Perkembangan yang terjadi merupakan sebuah kualitas yang cukup baik, seperti peningkatan iman sendiri terkonsep kedalam peningkatan pemahaman, kesadaran, dan perbuatan.

Pengertian tentang dakwah secara umum merupakan aktivitas mempengaruhi umat manusia untuk kejalan yang benar serta diridai oleh Allah SWT supaya hidup tetap bahagia dan sejahtera didunia ataupun akhirat. Sementara itu untuk individu dakwah sendiri mempunyai tujuan internalisasi ajaran Islam dalam kehidupan seorang muslim sehingga ada keteguhan batin yang bisa menggerakkan iktikad untuk menerapkan ajaran Islam kedalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan untuk kelompok dan masyarakat berfungsi untuk menumbuhkan rasa persaudaraan serta persatuan di kalangan umat muslim dan non-muslim akhirnya menciptakan interaksi yang harmonis serta saling menghargai anatr umat manusia (Basit, 2013, hal. 45).

Bisa disimpulkan dari berbagai pendapat tentang pengertian dakwah, bahwa dakwah merupakan sebuah ajakan seseorang untuk melakukan kebaikan dan mengamalkan nilai-nilai ajaran Islam guna mencapai kebahagiaan baik di dunia ataupun di akhirat.

Radio dakwah merupakan proses membuat, menyusun, dan menyiarkan program acara yang berisikan *amar ma`ruf nahimungkar*, serta mendorong pendengarnya untuk selalu patuh terhadap ketentuan Allah SWT (tauhid) (Muktarruddin, 2019, hal. 6). Program siaran yang nantinya akan disiarkan lewat radio harus mengandung unsur *amar ma`ruf nahi munhgkar*.

Widodo (1997, hal. 7) menjelaskan Radio dakwah yaitu memasukkan unsur-unsur dakwah kedalam setiap susunan program acara radio dengan tujuan memberikan informasi kepadah khalayak atau pendengar yang berkaitan dengan ajaran-ajaran Islam. Adapun cara pengemasan seluruh program acara radio yang sesuai dengan tataran aksiologinya untuk *amar ma`ruf nahi mungkar*. Dalam penyiaran berita misalnya, dengan memberikan infromasi sesuai dengan apa yang sedang terjadi dimasyarakat tidak lupa memberikan solusi permasalahan dalam perspektif ajaran Islam. Ketika mengemas hiburan dan musik maka harus memasukkan musik-musik yang benuansakan Islam. Musik yang bernuansakan Islam tentunya tidak hanya dipahami seperti musik-musik irama padang pasir (nasyid), akan tetapi bisa melalui musik rock, keroncong, pop, dangdut, dan sebagainya. Yang harus menjadi perhatian bukanlah jenis musiknya, namun pesan yang disampaikan melalui musik tersebut. Penyajian musik sendiri pada dasarnya tidak hanya sebagai media hiburan semata akan tetapi bisa memberikan sebuah kepuasan , kesenangan, dan keberhasilan. Jadi, Radio dakwah adalah dimana sebuah stasiun radio yang mempunyai visi, misi, dan program acara radio berisikan tentang syiar keagamaan atau sering kita sebut dengan dakwah.

## **BAB III**

### **PROFIL RADIO ASKA FM**

#### **A. Gambaran Umum Radio ASKA FM**

Radio Askhabul Kahfi FM atau yang lebih dikenal dengan Radio ASKA FM adalah lembaga penyiaran radio yang didirikan oleh Pondok Pesantren Askhabul Kahfi dengan Akta Notaris Dina Ismawati, S.H, M.M. nomor 24 Tanggal 6 Maret 2013, dan disahkan oleh Pengadilan Negeri Semarang Tanggal 7 Maret 2013 dengan Nomor 21/2013/IV. Radio ASKA FM sendiri berada pada kanal 202 frekuensi 107.7 FM, dan berada pada ketinggian 600 meter diatas permukaan laut, serta memiliki koordinat 7°5'42"S 110°20'10"E, DPL: 287 m, Lin: -7.094992, Buj: "LU/LS 110.336406 "BT. Jangkauan siar Radio ASKA FM meliputi Kelurahan Polaman, Karangmalang, Purwosari, dan Bubakan Kecamatan Mijen Kota Semarang (Sumber data: dokumentasi Radio ASKA FM tahun 2021).

Semarang menjadi kota sangat pesat perkembangannya untuk saat ini jika di lihat dari segi georgrafis, sosiologi, ekonomi serta teknologi hal ini dibuktikan dengan keberadaan Kota Semarang sendiri yang bisa diakses dari garis perlintasan baik arah barat ataupun arah timur. Selain itu Kota Semarang juga menduduki sebagai ibu kota dari Provinsi Jawa Tengah. Kota Semarang juga memiliki aktivitas keagamaan Islam yang begitu mengesankan, banyak organisasi-organisasi Islam dan lembaga pendidikan Islam yang berdiri di kota ini, sehingga keberadaan radio dakwah bisa menjadi pendukung dalam usaha untuk membangun serta pembinaan akidah yang lurus dan akhlak mulia terutama bagi masyarakat Kecamatan Mijen terkhususnya Kelurahan Polaman belum ada radio yang berfokus padan pendidikan dan dakwah. Selain itu aktivitas dakwah juga bia dilakukan dengan bermacam usaha sesuai media yang digunkan yang sudah ada. Dari banyak media yang tersedia radio sendiri merupakan media yang bisa dimaksimalkan sebagai media dakwah.



Pada umumnya aktivitas dakwah di Kota Semarang sendiri telah ada bahkan aktivitas dakwah sendiri sudah cukup mendalam serta tersebar berbarengan terhadap kemajuan kota. Beragam tingkat masyarakat muslim sudah bergerak secara keras dalam membagikan anjuran (tausiyah) untuk masyarakat terutama bagi muslim supaya bisa menjauhi sifat buruk yang memicu kemaksiatan.

Pengembangan secara mendalam terhadap dakwah bisa dilakukan dengan bermacam usaha sesuai media yang sudah ada. Dari banyaknya media yang tersedia mampu dimaksimalkan yaitu radio. Apalagi trend beberapa dasawarsa akhir ini memperlihatkan radio mampu menjadi pilihan favorit masyarakat dalam mendengarkan dakwah.

Samapai saat ini masih sangat sedikit perbandingan dakwah cukup kecil dibandingkan keseluruhan program acara yang disiarkan radio. Artinya, hingga kini sangat begitu kecil ditemukan radio yang memiliki fokus dalam kegiatan dakwah, sebagaimana pertumbuhan yang terjadi didalam dunia pertelevisian ada TV / Radio News, TV / Radio musik, TV / Radio Kristiani dan sebagainya. Situasi ini seakan menjadi kesempatan untuk mengembangkan radio dakwah.

Strategi serta pentingnya upaya pengembangan radio dakwah tidak terlepas dari pandangan atas luas jangkauan siaran yang dicapai saat siaran dilakukan. Jangkauan yang ada radio bisa membuka jalan yang sangat mudah untuk masyarakat dalam mendapatkan akses dakwah. Adanya radio maka masyarakat bisa mendengarkan siaran dakwah dimana saja serta dengan kondisi apapun. Masyarakat mampu berkomunikasi serta meningkatkan pengetahuan akan ajaran Islam melalui media radio dakwah. Selain itu masyarakat juga bisa meningkatkan pengetahuan beruma keilmuan tanpa perlu mendatangi, karena cukup mendengarkan radio dari rumah tanpa perlu mengeluarkan uang. Ini cukup memberikan manfaat. Lika-liku yang sudah dilewati banyak radio diberbagi daerah yang tetap berupaya fokus menjadi radio dakwah cukup memberikan

gambaran tentang kemudahan yang diperoleh masyarakat serta semangat masyarakat untuk mempelajari serta mendalami Islam yang begitu meningkat.

Dilihat dari beberapa sudut pandang pengelolaan radio dakwah adalah sebuah usaha dalam ikut serta mendukung terwujudnya masyarakat yang bermartabat, beriman, serta memiliki akhlak mulia, dengan begitu mengantarkan masyarakat menjadi manusia yang mendapatkan keridhaan Allah SWT.

Radio Komunitas Askhabul Kahfi adalah lembaga penyiaran yang berfokus pada pendidikan dan dakwah Pesantren Roudlotul Muttaqin. Dalam pelaksanaan Informasi Dakwah dan Pendidikan kepada Masyarakat dan jemaah Askhabul Kahfi yang akan kami desain. Mengapa harus radio bukan yang lain, dari pilihan inilah dalam pelaksanaannya secara meluas kepada masyarakat serta juga jemaah dari berbagai penjuru akan bergabung dan integritas bersama program ini, karena program ini merupakan satu-satunya yang ada di kabupaten dimana kami beraktifitas untuk kepedulian sosial baik dari segi pendidikan dan dakwah serta yang lainnya yaitu di Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia.

Radio ASKA FM yakin dalam pelaksanaan program ini akan dapat diterima dari berbagai lembaga masyarakat yang ada di Kota Semarang, karena telah kami komunikasikan programnya dengan berbagai pihak terkait yang nantinya akan mendukung didalamnya. Selain alasan tersebut yang memberikan pilihan radio sebagai media komunikasi dan teknologi yang akan digunakan dalam pengembangan dakwah dan pendidikan, karena pelaksanaan kontinuitas radio dalam programnya mempunyai beberapa kelebihan diantaranya:

1. Menjaga Mobilitas

Pendengar radio dakwah dan pendidikan sendiri merupakan masyarakat, jemaah, serta pelajar, dalam jam-jam tertentu mereka mendengarkan radio tanpa harus meninggalkan dan menghentikan aktifitasnya, bandingkan apabila dengan media lain seperti TV, koran, dll.

2. Sumber informasi tercepat

Ada yang mengatakan radio dengan istilah “RADIO IS THE NOW MEDIUM“ pengertian “NOW” sendiri merupakan masalah “KESEGARANNYA” dibanding TV atau media lainnya, sehingga cepat dan tepat untuk memberikan informasinya.

### 3. Auditif

Meskipun radio cuma berupa suara, bukan visual sejenis media cetak, TV, internet radio tetap mempunyai keunggulan seperti proses operasionalnya lebih murah, biaya operasional cenderung murah dan interaksi lewat suara cenderung lebih mudah daripada harus membaca, melihat dan mendengar.

### 4. Komunikasi personal

karakter radio bersama rancangan komunikasi personalnya benar-benar mewujudkan kehangatan antar radio dengan pendengar, walaupun pada kenyataannya radio secara serentak didengarkan banyak orang dalam satu waktu yang sama, dan maupun sebagai teman dalam kesendirian dan akan membentuk belajar bersama radio.

### 5. Murah

Tidak bisa disangka dibandingkan media cetak dan TV, radio yakni media komunikasi massa yang ekonomis dalam beberapa hal, seperti

- a. Biaya operasional radio
- b. Penerimaannya juga relatif murah, terlebih media penangkapan sekarang dapat diterima pada handphone, atau perangkat transistor kecil maka dapat dibawa-bawa
- c. Murah, sebab khalayak pendengar rata-rata tidak wajib mengeluarkan pembayaran ketika ingin mendengarkan radio, berbeda dengan media lain, jika ingin mengakses informasi maka perlu melakukan pembayaran atau sering disebut dengan langganan.

### 6. Daya jangkau luas

Upaya penyebaran hasil produksi mempunyai keutamaan dalam menggapai area tujuan yang luas, teknologinya mengatasi hambatan

geografis, cuaca ataupun waktu. Terutama pertumbuhan teknologi satelit lebih mempermudah penyebaran siaran radio.

7. DII

a. Kondisi masyarakat

Keadaan ekonomi masyarakat sebenarnya stabil meskipun masih ada masyarakat yang memiliki pendapatan kurang dari rata-rata, sebab itu menurut psikologis masyarakat begitu butuh hiburan dan informasi yang gampang untuk pengaksesannya serta terjangkau lebih lagi murah dan tanpa mengeluarkan biaya., hal ini bisa didapatkan dengan mendengarkan Radio ASKA FM, dengan begitu Radio ASKA FM sangat optimis mendapatkan hati masyarakat di Kota Semarang dan sekitarnya.

b. Kondisi lingkungan penyiaran lainnya

Pada saat ini banyak bermunculan lembaga penyiaran lainnya. Secara umum kondisinya memprihatinkan (mereka siaran secara asal-asalan dan bahkan seolah-olah hidup segan mati pun tak mau, baik secara finansial ataupun sumber daya manusia (SDM). Walaupun memang ada beberapa radio yang boleh dikatakan sehat. Karena itu Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah Askhabul Kafi (ASKA) berusaha hadir dengan peralatan teknis sesuai standar yang ditetapkan oleh peraturan, baik pemancar ataupun peralatan lainnya dan juga meningkatkan SDM dengan mengadakan pelatihan-pelatihan.

c. Segmen yang dipilih

Target pendengar dengan rata-rata penduduk Kota Semarang mempunyai penghasilan menengah kebawah, maka Radio Komunitas pendidikan dan dakwaha Askahabul Kahfi (ASKA) menetapkan segmen menengah keatas (kelas A dan B) adapun apabila terdapat pendengar middle low, ini adalah imbas dari program-program yang kami sajikan.

d. Proyeksi pertumbuhan segmen

Kami membayangkan bahwa akan ada pertumbuhan segemen layanan kami kearah kebaikan terutama dibidang hiburan, pendidikan, dan dakwah. Pada sisi yang lain, radio ini dapat menjadi efektif untuk menyebarluaskan program-program pembangunan dari pemerintah. Pertumbuhan segmen ini juga didasarkan pada semakin berkembang dan meningkatnya Mijen sebagai metropolitan baru yang multikultur. (Sumber Data: Arsip Formulir Izin Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Komunitas Radio ASKA FM Tahun 2020)

## **B. Maksud dan Tujuan Pendirian Radio ASKA FM**

Berdasarkan pada uraian diatas yang menjadi permasalahan dalam pendirian radio komunitas ini adalah bagaimana upaya kita sebagai umat Islam untuk menyelamatkan saudara-saudara kita dari tipuan dunia dan ajakan-ajakan yang menyesatkan. Hal ini terinspirasi oleh keadaan dunia luar yang keras akan pengaruh budaya barat.

Untuk tujuan pendirian Rado ASKA FM dipisahkan menjadi dua, yaitu ada tujuan umum dan tujuan khusus:

### **1. Tujuan Umum**

- a. Terwujudnya masyarakat Kota Semarang yang cerdas, memiliki keimanan dan ketakwaan yang kuat
- b. Berpartisipasi untuk terwujudnya sukses penyelenggaraan pembangunan di Kota Semarang
- c. Dalam bidang sosial, membantu pemerintah dan dinas-dinas terkait dalam penyebaran informasi atau sosialisasi, dan peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah

### **2. Tujuan Khusus**

- a. Untuk memperkenalkan budaya Islam yang benar
- b. Sebagai media dakwah yang diterima masyarakat
- c. Terwujudnya pemahaman dan perilaku kaum muslim yang rahmatan lil alamin, sebagaimana ditunjukkan oleh Al Quran dan As Sunnah dengan pemahaman para sahabat

- d. Menyiarkan pendidikan Islam sebagai media pembinaan positif bagi generasi muda
- e. Terhindangnya secara maksimal pengaruh negatif perkembangan yang terjadi di dunia luar terhadap masyarakat Kota Semarang
- f. Sebagai media alternatif yang berfungsi membentengi dan memberi pencerahan terhadap pengaruh media lain yang merusak masyarakat, baik kehidupan antar sesama manusia atau hubungan antara manusia dengan Allah SWT.

**C. Visi dan Misi Radio AKSA FM**

**Tabel 1. Visi dan Misi Radio ASKA FM**

(Sumber Data: Formulir Permohonan Izin Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Komunitas Radio ASKA FM Tahun 2020)

Visi	<p>Visi Radio ASKA FM adalah menjadikan radio komunitas pendidikan dan dakwah Askhabul Kahfi (ASKA) sebagai radio <i>education</i>, <i>intertainment</i>, mengangkat budaya kearifan lokal, serta mengedepankan seluruh potensi sumber daya yang ada untuk mencerdaskan masyarakat komunitas dengan cara memberikan program pemberdayaan, pendidikan, dan pemberian informasi yang benar serta jelas.</p>
	<p>Dari segi program:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) untuk media pembelajaran dan pendidikan bagi masyarakat dalam kehidupan bernegara, berdemokrasi, dan bermasyarakat sehingga tatanan, kemajuan pola pikir, serta dinamika kehidupan akan tertanam dengan lebih mapan dalam diri masyarakat.</li> <li>2) Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah Askhabul Kahfi (ASKA) sudah menyiapkan program siaran yang diharapkan mendapat tempat di hati masyarakat, serta menubuhkan dan mengembangkan semangat berbudaya dalam diri masyarakat.</li> </ol>

Misi	<p>Dari segi teknis:</p> <p>Agar bisa tercapai dengan baik apa yang diharapkan oleh manajemen Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah Askhabul Kahfi (ASKA) dan pendengar. Maka Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah Akhabul Kahfi (ASKA) telah menyiapkan peralatan-peralatan teknis sesuai standar yang lainnya. Pada tahun 2013 ini Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah Akhabul Kahfi (ASKA) akan menggunakan pemancar dengan kekuatan yang disesuaikan dengan peraturan berlaku.</p>
	<p>Dari segi manajemen:</p> <p>Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah Askhabul Kafi (ASKA) berusaha menciptakan sistem manajemen yang profesional dalam konsep entertainment dan siap bersaing dalam dunia kerja serta meningkatkan pemberdayaan seluruh potensi yang ada sehingga akan mampu mendorong percepatan perubahan kearah yang lebih maju.</p> <p>Dari segi latar belakang:</p> <p>Dimana Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah Askhabul Kahfi (ASKA) diharapkan terbentuk menjadi lembaga penyiaran yang menggunakan ranah publik agar mampu menjadi bagian dari pencipta tatanan masyarakat yang memiliki nilai-nilai moril dan berbudaya islami serta membantu kegiatan masyarakat dalam berbagai sektor seperti kegiatan bidang ekonomi, sosial, budaya, informasi, dan lain-lain.</p>

#### D. Profil Radio ASKA FM

Logo Radio ASKA FM



### **Gambar 1. Logo Radio ASKA FM**

(Sumber Data: Arsip Formulir Permohonan Izin Penyelenggaraan  
Penyiaran Lembaga Komunitas Radio ASKA FM)

#### **Profil**

Nama Lembaga : Perkumpulan Penyiaran Radio Askhabul  
Kahfi (ASKA FM)

Nama Siar : Askhabul Kahfi (ASKA)

Kanal : 24

Frekuensi : 107.9 MHz

Tanggal pendirian : 06 Maret 2013

Pengesahan pendirian: No. 21/2013/IV (07 Maret 2013)

Notaris : Dina Ismawati, S.H, M.M

SKDL : NO. 137/3576/XI/2012

NPWP : No. 03.288.008.0-503.000

Alamat kantor : Jalan Cangkiran – Gunungpati KM. 3,  
Kel. Polaman, Kec. Mijen, Kota Semarang 50217,  
Provinsi Jawa Tengah

Alamat studio : Polaman RT 01 RW 02, Kel. Polaman, Kec. Mijen  
Kota Semarang 50217, Provinsi Jawa Tengah

Telpon : (0294) 3670036

Fax : (0294) 3670036

Jangkauan siar : Kel. Polaman, kel. Karangmalang, kel. Purwosari,  
Kel. Bubakan, dan semua daerah yang berada  
disekitar stasiun Radio ASKA FM

Slogan : Tentram Dihati

Pola program : Agama 30%, Berita 5%, Informasi 10%, Hiburan  
dan musik 25%, Layanan masyarakat 15%,



Kebudayaan 15%

Email : radioaska@yahoo.co.id

Format radio : Radio Pendidikan

Daya pemancar : 50 Watt

Waktu siaran : 04.00 – 22.00 WIB (18 Jam)

Tinggi lokasi : 400 – 600 meter diatas permukaan laut

Koordinat : -7.094992”LU/LS 110.336406”BT

Pendengar : 18 tahun ke atas

Status pendengar : Orang tua, pelajar atau santri, umum

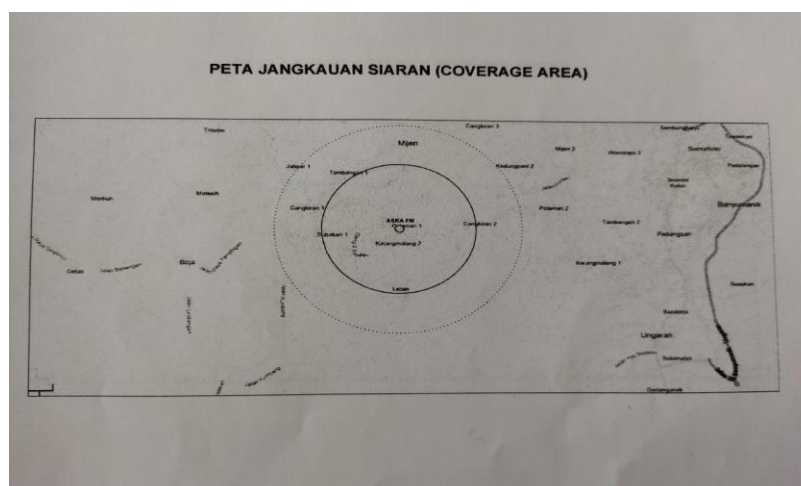
(Sumber Data: Arsip Formulir Permohonan izin Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Komunitas Radio ASKA FM Tahun 2020)

### **Jangkauan Siar**

Dengan ukuran daya pemancar Radio ASKA FM adalah 50 watt maka jangkauan pemancar kurang lebih 2,5 km dari titik siar (ASKA FM) yang berada di Kelurahan Polaman.

Adapun daerah layanann Radio ASKA FM meliputi: Kelurahan Polaman, Kelurahan Karangmalang, Kelurahan Perwosari, Kelurahan Bubakan, dan semua yang daerah yang berada disekitar studio Radio ASKA FM.

**Gambar 2. Jangkauan Siar**

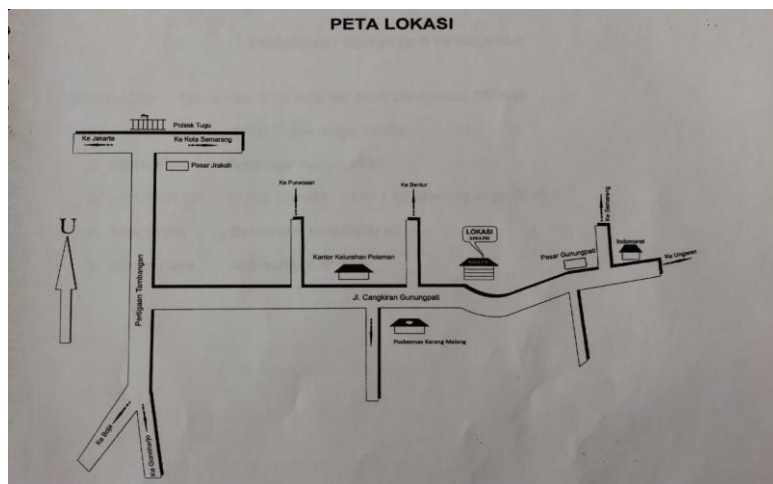


(Sumber Data: Arsip Formulir Permohonan Izin Penyelenggaraan  
Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas Radio ASKA FM Tahun 2020)

### Lokasi Radio ASKA FM

Radio ASKA FM beralamatkan di Jalan Cangkiran Gunungpati Km. 3, RT  
01 RW 02 Kelurahan Polaman, Kecamatan Mijen, Kota Semarang.

**Gambar 3. Peta Lokasi**



(Sumber Data: Arsip Formulir Permohonan Izin Penyelenggaraan  
Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas Radio ASKA FM)

Peta arah untuk ke Radio ASKA FM:

- a) Akses Timur: dari Ungaran ke Gunungpati samapi di pertigaan Gunungpati ambil yang arah Boja, dengan waktu tempuh 15 menit dari Gunungpati
- b) Akses barat: dari pertigaan tambangan ambil arah ke Gunungpati lurus dengan waktu tempuh perjalanan 25 menit.

### E. Struktur Organisasi Radio ASKA FM

#### 1. Pendiri

Ketua pendiri : KH. Masruchan,

H. Nadirin

Nur Arifin

M. Rikza Saputro, S.Pd, M.M

2. Dewan Penyiaran Komunitas (DPK)

ketua DPK : M. Safuan Duri

Anggota : Nur Arifin

Muhammad Chamim

3. Penanggung Jawab Penyelenggaraan Penyiaran

Pemimpin Utama : Wahyu Tri Widyanto

Bidang Umum : Abdus Syakur

Bidang Siaran : Mahbub

Bidang Pemberitaan : Suyono

Bidang Teknik : Kaerul Anwar

4. Sumber Daya Manusia (SDM) yang dibutuhkan untuk terlibat dalam Radio ASKA FM antara lainn

a. Bagian Penyiaran : 8 orang

b. Bagian Pembertitaan : 3 orang

c. Bagian Teknik : 1 orang

d. Bagian Keuangan : 1 orang

e. Bagian Tata usaha : 2 orang

(Sumber Data: Arsip Formulir Permohonan Izin Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas Tahun 2020).

**F. Sistem Kerja Anatar Bagian**



(Sumber Data: Arsip Formulir Permohonan Izin Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas Radio ASKA FM Tahun 2020)

### G. Jenis Program Acara Radio ASKA FM

Program acara Radio ASKA FM sendiri disusun sesuai dengan latar belakang pendirian Radio ASKA FM. Dikutip dari Arsip Formulir Permohonan Izin Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas Tahun 2020 adapun komposisi program acara Radio ASKA FM sebagai berikut:

#### 1. Dakwah

Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah Askhabul Kahfi (ASKA) akan memberikan kajian tafsir Al-Quran yang akan di kutip dari berbagai kitab tafsir, agar masyarakat tumbuh sikap ilmiah dalam mengamalkan ajaran Islam, mendidik masyarakat menuju hamba yang diridhai oleh Allah dan rasul-Nya, dan untuk meningkatkan keimanan serta ketakwaan masyarakat.

#### 2. Hiburan

Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah Askhabul Kahfi (ASKA) memutarakan lagu POP nasional, budaya yang mengangkat kearifan lokal, selawat Nasyid Islami yang sesuai dengan kondisi

masyarakat setempat, dan norma-norma yang ada supaya terasa kenyamanan dalam mendengarkan Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah Askhabul Kahfi (ASKA).

### 3. Informasi

Ada dua bentuk informasi yang diprogramkan di Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah Askhabul Kahfi (ASKA FM). Adapun bentuk informasi sebagai berikut:

#### a) Informasi penyiar (adlibs)

Informasi ini digarap oleh scriptwriter yang diakses dari media cetak lokal, nasional, dan internasional. Informasi ini didapatkan melalui media elektronik seperti televisi dan internet.

#### b) Informasi dalam bentuk *talk show*

Merupakan kapling program yang memberikan informasi dari segala aspek yang menyangkut kepentingan masyarakat banyak, terutama masyarakat Polaman, Kecamatan Mijen, Kota Semarang dan sekitarnya. Agar informasi ini berimbang maka setiap program *talk show* akan selalu mengundang narasumber ahli yang berkompeten terhadap tema yang akan disampaikan. Untuk informasi yang disampaikan dalam *talk show* ini adalah masalah agama, pendidikan, sosial budaya, ekonomi, dan masyarakat secara umum.

### 4. Berita

Dilatar belakangi pikiran bahwa semua tingkatan sosial memiliki hak untuk memperoleh informasi serta berita yang sebenarnya dan kredibel. Untuk memenuhi tuntutan masyarakat atas berita-berita yang aktual dan terpercaya, maka Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah Askhabul Kahfi (ASKA) sudah menyiapkan SDM untuk

menghandel serta memproduksi program berita sendiri. Selain itu Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah (ASKA) juga mengakses media cetak lokal, nasional, internasional, media elektronik, televisi, internet, menghimpn berita dari pemerintah, profesional dan tokoh masyarakatserta masyarakat umum lainnya, agar suapaya mendapatkan berita yang aktual dan terpercaya sesuai tuntutan masyarakat.

Unsur pola acara sendiri terdiri dari pengajian, infromasi, pendidikan, layanana masyarakat:

**Tabel 2. Unsur Pola Acara**

(Sumber Data: Arsip Formulir Permohonan Izin Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Komunitas Radio ASKA FM Tahun 2020)

BERITA										
PENERANGAN / INFORMASI										
PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN										
AGAMA										
OLAHRAGA										
HIBURAN DAN MUSIK										
IKLAN										
ACARA PENUNJANG / LAYANAN MASYARAKAT										
	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%

Untuk memenuhi segmen pendengar Radio ASKA FM yang ditunjukkan untuk golongan menengah keatas dengan usia 18 tahun keatas, maka komposisi siaran Radio ASKA FM sendiri:

- a. Hiburan 25% dimana lagu sendiri menjadi basis hiburan, terutama lagu-lagu sholawat dan religi. Untuk presentase siaran musik sendiri yaitu:
  - 1) Indonesia Populer : 10%
  - 2) Dandunt : 0%
  - 3) Barat : 0%
  - 4) Tradisional atau daerah : 15%
  - 5) Keroncong : 0%
  - 6) Musik lainnya (selawat) : 75%
- b. Berita dan informasi 15%, berisikan berita dan informasi terbaru, aktual, serta tips-tips atau petunjuk praktis seputar kehidupan sehari-hari
- c. Pendidikan dan budaya 15% berisikan paparan yang mengandung pengajaran dan pembinaan, seperti salinan ilmu pengetahuan ensiklopedia, Bahasa Inggris, Bahasa Arab, talk show, mutiara keagamaan dan sejenisnya
- d. Agama 30% berisikan kajian tafsir, tasawuf, sejarah nabi dan fiqih
- e. Layanan komunitas masyarakat 15%, berisikan penyuluhan dalam bentuk talk show maupun iklan layanan masyarakat.

Pola Acara Mingguan Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah Askhabul Kahfi Semarang Tentram Dihati yang diambil dari sumber formulir permohonan izin penyelenggaraan penyiaran lembaga komunitas, berikut pola acara mingguan Radio ASKA FM:

**Tabel 3. Pola Acara Mingguan Radio ASKA FM**

Pukul	Hari pengudaraan dan pelaksanaan program siar						
	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
04.00-05.00	Paket subuh dan paket opening indonesia Raya						
05.00-06.00	Pengajian pagi						
07.00-08.00	SPSS Selamat Pagi Pendengar Setia ASKA Lentera Pagi						
10.00 – 11.00	IDR (Irama Dangdut Rhoma Irama)						
11.00 - 12.00	Paket Zuhur / campursari religi / Nglaras Ati						
12.00 – 13.00	Pengajian bakda salat						
14.00 – 15.00	BUM (Berita Unik dan Menarik)						
15.00 – 16.00	Paket Asar (azan dan pengajian sore)						
16.00 – 17.00	Siar dan Nada						
17.00 – 18.00	Mozaik (Murottal dan Tarhim)						
18.00 – 19.00	Paket Magrib dan Gema Syafaat						
19.00 – 21.00	Pengajian Tafsir						
21.00 – 22.00	ASKA berselawat by request						
22.00 - 22.30	Paket Close Paket Close Record / Indonesia Raya Turn Of Tunner						

(Sumber Data: Formulir Permohonan Izin Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga  
Penyiaran Komunitas Radio ASKA FM Tahun 2020)

Deskripsi program acara di Radio Aska FM:

**Tabel 4. Deskripsi Program Acara**

(Sumber Data: Formulir Permohonan Izin Penyelenggaraan Lembaga  
Penyiaran Komunitas Radio ASKA FM Tahun 2020)

No	Program acara	Deskripsi Program Acara
1	PAKET SUBUH DAN PAKET	Paket subuh adalah program playlist yang isinya lagu Indonesia Raya sebagai



	OPENING INDONESIA RAYA	pembuka, yang dilanjutkan dengan record menyapa pendengar pagi. Setelah itu tahrir, azan subuh, dan murottal.
2	KAJIAN TAFSIR AL QURAN	Kajian tafsir ini merupakan pengajian record yang sudah di siapkan sebelum di ambil dari pengajian yang notabnya membahas tentang tafsir Al quran, fiqih, hadits, dan hal-hal yang berkaitan tentang syariah Islam dan diasuh langsung oleh Pondok Askhabul Kahfi yaitu Bapak KH. Masruchan.
3	SPPS SELAMAT PAGI PENDENGAR SETIA ASKA LENTERA PAGI	SPPS merupakan program acara yang memberikan kontribusi informasi lokal kepada para pendengar Radio ASKA FM, baik informasi lokal yang terjadi di Kecamatan Mijen dan sekitarnya ataupun informasi yang bersifat regional seperti tingkat kota bahkan Provinsi Jawa Tengah. Untuk lagu yang disajikan sendiri merupakan lagu pop Indonesia establish (sering didengar oleh para pendengar). Adapun materi yang diambil dari wartawan yang telah ditugaskan, input dari pendengar, internet, dan kerja sama dengan media cetak yang meliputi koran, majalah, buku, dan lain-lain.
4	IDR (Irama Dangdut Rhoma Irama)	Program acara ini merupakan program yang menampung aspirasi lagu-lagu dangdut klasik yang akan disajikan untuk

		kalangan orang tua.
5	PAKET DHUHUR / CAMPUR SARI / NGLARAS ATI	Paket dhuhur merupakan playlist program acaranya berisi paket playlist yang berisi campursari religi, paket nglaras ati yang berisikan syiiran KH. Abdur Rahman Wachid, yang disajikan selama 30 menit sebelum azan dhuhur.
6	KAJIAN HADIST	Program acara ini berisikan pengajian record yang sudah disiapkan sebelumnya dan di ambil dari pengajian yang notabnya membahas tentang hadits Bukhori dan Muslim, diasuh langsung oleh Bapak KH. Nadlirin, M.Pd.
7	BUM (Berita Unik dan Menarik)	Merupakan suatu segmen yang mengedukasi pendengar dengan memberikan informasi-informasi yang menarik serta unik.
8	PAKET ASHAR / MUROTTAL	Paket Ashar ini adalah timeing menunggu salat Ashar isinya adalah murottal Al Quran dan adzan.
9	SIAR DAN NADA	Segmen yang memberikan nilai hiburan berbasis dakwah, yang akan ditunjukan kepada para pemdua-pemuda serta orang tua
10	MOZAIK SENJA (GEMA SYAFAAT)	Merupakan program acara yang berisikan request denga disisipi tips-tips ringan yang berkaitan dengan dunia kerja. Untuk

		format lagu sendiri adalah lagu-lagu selawat nasyid dan pop religi.
11	PAKET MAGRIB DAN PAKET ISYA	Program paket ini berisikan playlist murrotal Al-Quran, azan magrib, gema syafaat, dan dilanjutkan dengan azan isya.
12	KAJIAN TASAWUF	Program acara ini berisikan record yang sudah disiapkan sebelumnya dan diambil dari pengajian yang notabnya membahas tentang akhlaqul kharimah, moralitas yang indah dan skema kehidupan yang layak menurut agama. Program acara ini sendiri diasuh oleh Bapak Ustadz Safuanduri.
13	ASKA BERSHOLAWAT BY REQUEST	Program acara ini merupakan program ungglan yang didesain sedemikian rupa sehingga bisa memberikan nilai hiburan berupa sholawat, qosidah, gambus yang diproposikan pada kaum muda religius, secara umum adalah pemuda yang cinta akan sholawat.
14	PAKET CLOSE RECORD / INDONESIA RAYA TUR OF TUNNER	Close program merupakan penutup pada acara harian dengan lagu wajib Bagimu Negeri atau lagu wajib lainnya.

#### H. Gambran Umum Rencana Kerja Satu Tahun Kedepan

Rencana kerja satu tahun kedepan diprioritaskan pada terselenggaranya penyiaran yang dapat memenuhi standar minimal sebagai lembaga penyiaran radio. Berikut gambaran umum rencana kerja:

1. Menata manajemen administrasi pengelola radio
2. Meningkatkan kualitas SDM pengelola, penyiar, dan pendengar
3. Melengkapi sarana dan prasarana
4. Mengajak lembaga-lembaga pemerintah dan swasta untuk mengambil bagian dalam pelayanan kepada masyarakat umum melalui Radio ASKA FM (misalnya mengadakan *talkshow* tentang program pemerintah, merespon kesulitan masyarakat berkaitan dengan masalah-masalah yang sedang terjadi dan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut, dan mendatangkan para pihak untuk mendiskusikan isu-isu terhangat)
5. Membuka komunikasi dengan pendengar melalui saran dan kritik yang disampaikan pendengar untuk meningkatkan kualitas penyiaran lewat media sosial, telepon, dan pesan singkat.
6. Mengadakan “GATHERING DAN KETEMU MONITOR” untuk menjalin keakraban dengan para pendengar Radio ASKA FM . Gathering dan Ketemu Monitor merupakan wadah berkumpul bersama warga komunitas (khalayak atau pendengar) dengan pengelola Radio ASKA FM untuk berdiskusi atau menyampaikan pendapat yang berkaitan dengan kepentingan bersama, dengan adanya kegiatan ini pengelola Radio ASKA FM bisa memantau informasi atau program acara apa yang sebenarnya diinginkan warga komunitas.
7. Merencanakan dan membuat “Rencana Siar” dan mengarsipkan isi siar dalam kurun waktu tahun ke tahun.
8. Keterlibatan komunitas dalam perekrutan Radio ASKA FM memilih sendiri untuk penyiar tetap yang dilakukan oleh pengurus Radio ASKA FM. Selain itu ada juga penyiar yang sifatnya relawan atau volunteer yang berasal dari komunitas sendiri.

9. Langkah manajemen memberikan pelatihan secara continue untuk pemahaman dan pelaksanaan P3SPS. Selain itu juga mengirimkan delegasi pada pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh KPI Pusat dan KPID Jawa Tengah.
10. Program acara yang sudah ditetapkan Radio ASKA FM sebagai berikut:
  - a. PAKET SUBUH DAN PAKET OPENING INDONESIA RAYA
  - b. KAJIAN TAFSIR AL QURAN
  - c. SPPS SELAMAT PAGI PENDENGAR SETIA ASKA LENTA PAGI
  - d. IDR (Irama Dangdut Rhoma Irama)
  - e. PAKET ZUHUR/CAMPURSARI RELIGI/ NGLARAS ATI
  - f. KAJIAN HADITS
  - g. BUM (Berita Unik dan Menarik)
  - h. PAKET ASAR/MUROTAL
  - i. SIAR DAN NADA
  - j. MOZAIK SENJA (GEMA SYAFAAT)
  - k. PAKET MAGRIB DAN ISYA
  - l. KAJIAN TASAWUF
  - m. ASKA BERSELAHAT BY REQUEST
  - n. PAKET CLOSE PAKET CLOSE RECORD/INDONESIA RAYA TRUN OF TUNNER.

Program acara ini nantinya akan disiarkan Radio ASKA FM selama satu tahun. Program acara yang disirkan merupakan hasil dari diskusi bersama warga komunitas dengan pihak radio, yang selanjutnya pihak dari radio mendalami hasil tersebut lewat workshop sehingga menghasilkan program acara yang sudah tertulis di atas.

## **BAB IV**

### **ANALISIS TERHADAP STRATEGI KOMUNIKASI RADIO ASKA FM DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI RADIO PENDIDIKAN DAN DAKWH**

Masing-masing lembaga penyairan baik publik, swasta, ataupun komunitas tentunya akan terus bersaing dengan radio lain dan menjadi pemenang diantara radio lainnya dalam meraih segmen. Adanya perkembangan teknologi pada saat ini membuat media baru bermunculan yang menyuguhkan kemudahan dalam mengakses informasi. Hal ini yang membuat pertarungan radio bukan hanya sesama radio, televisi namun juga dengan media baru.

Setiap harinya masyarakat sangat memerlukan media guna mencari informasi dan melakukan komunikasi. Adapun alat yang sering dipakai masyarakat adalah media massa. Radio sendiri menjadi media massa yang layak dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Radio sendiri mempunyai ciri khas dimana bisa langsung didengarkan tanpa perlu melihat gambar, karena radio menyampaikan informasi menggunakan suara atau audio.

Kehadiran media digital akibat kemajuan teknologi seakan memberikan kemudahan masyarakat dalam mengakses informasi terkini. Hal ini cukup berdampak terhadap pendengar radio yang semakin hari terus menurun. Selain itu masih adanya kesan yang menganggap bahwa radio komunitas sendiri tidak memiliki kekuatan dalam menyebarluaskan gagasan atau produk yang diproduksi sehingga radio komunitas harus berjuang sangat keras untuk menghidupi diri sendiri. Tidak hanya itu maraknya radio yang menyuguhkan program siaran dakwah dan pendidikan semakin memperkuat persaingan antar radio, maka perlunya sebuah strategi komunikasi sebagai sebuah upaya agar radio bisa lebih banyak dikenal pendengar.

Supaya strategi komunikasi bisa tersusun dengan baik, Fajar (2009, 183) mengatakan ada 4 komponen yang perlu diikuti, antara lain:

## A. Mengenal Khalayak

Sebelum memberikan atau menyiarkan informasi penting sekali untuk mengetahui siapa yang akan menjadi tujuan komunikasi. Maka memahami khalayak sendiri ialah tindakan utama yang perlu dilakukan komunikator supaya komunikasi bisa tercipta secara efektif. Dengan begitu Radio ASKA FM melakukan proses mengenal khalayak untuk mengetahui kondisi masyarakat Kota Semarang terlebih utama masyarakat yang berada disekitar jangkauan siar radio komunitas. Karena dengan mengenal khalayak pendengar maka akan memudahkan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan atau pendengar. Karena hal yang perlu dicermati adalah kerangka faktor referensi yaitu faktor kondisi serta situasi komunikan itu sendiri.

Khalayak pendengar Radio ASKA FM tidak hanya berada di Kota Semarang saja namun juga dari Kab. Semarang dan Kab. Kendal dengan presentase pendengar laki-laki sebanyak 50% dan perempuan 50%. Adapun cara yang dilakukan Radio ASKA FM dalam mengenal khalayak anatar lain:

- 1) Radio ASKA FM mengadakan Gathering dan Ketemu Monitor guna menjalin keakraban dengan pendengar Radio ASKA FM. Acara ini merupakan perwujudan Radio ASKA FM untuk memberikan ruang berdiskusi ataupun menyampaikan pendapat yang berkenaan dnegan kepentingan bersama.
- 2) Membuaka komunikasi dengan pendnegar melalui kritik dan saran yang disamapaikan pendegar untuk meningkatkan kualitas penyiaran melalui sosial media, telepon, atau sms.
- 3) *“Supaya lebih dekat dan kenal dengan khlayak atau pendengar, Radio ASKA FM sendiri membuat program acara yang menarik seperti talk show dengan mengundang orang-orang yang cukup berpengaruh dilingkungan kecamatan, kota, dan juga para pengusaha sukses untuk dimintai pengalamannya”.* (Wawancara dengan Sayukur, 13 Juli 2021).

Dari wawancara di atas bisa diambil menunjukkan ketika Radio ASKA FM sudah mengenal khalayak atau pendengar, pihak Radio ASKA FM sendiri mencoba untuk lebih dekat dan kenal dengan khalayak dengan cara membuat program acara yang menarik perhatian khalayak. Program acara ini sendiri berbentuk *talkshow* dengan menghadirkan narasumber yang berpengaruh di lingkungan baik kecamatan, kota, atau pengusaha-pengusaha yang sukses untuk dimintai pengalamannya. Di dalam *talk show* ini pastinya membahas tentang problem permasalahan yang sedang terjadi sehingga ketika khalayak mendengarkan program acara ini seakan menjadi orang yang sedang diperhatikan dan khalayak atau pendengar menganggap radio jadi teman dekat.

Mengenal khalayak menjadi langkah awal untuk komunikator menciptakan sebuah komunikasi yang efektif. Karena pada sejatinya proses komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan atau khalayak mempunyai keperluan yang sama, karena jika tidak adanya kepentingan usaha komunikasi itu tidak akan berjalan. Dengan mengetahui kondisi khalayak Kota Semarang dan sekitar Kota Semarang seperti Kab. Semarang juga Kab. Kendal khususnya warga yang tinggal di sekitar jangkauan siar Radio ASKA FM sehingga bisa membagikan informasi sesuai dengan apa yang diinginkan oleh khalayak. Ketika sudah mengenal khalayak atau pendengar komunikator akan menyamakan kepentingan dengan komunikan untuk mencapai hasil yang positif, penciptaan kepentingan yang sama ini meliputi dari pesan, cara serta alat yang nantinya bakal menentukan untuk memberikan informasi.

Berikut pengelompokan khalayak berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin, status ekonomi sosial, pendidikan terakhir, dan pekerjaan:

a. Kelompok usia:

<15 tahun : 3%



15 s/d 24 tahun : 20%

25 s/d 29 tahun : 25%

30 s/d 34 tahun : 25%

35 s/d 39 tahun : 10%

40 s/d 50 tahun : 5%

b. Jenis Kelamin

Pria :50%

Wanita : 50%

c. Status Ekonomi sosial

> 3.000.000 : 35%

2.000.000 s/d 3.000.000 : 35%

1.000.000 s/d 2.000.000 : 20%

700.000 s/d 1.000.000 : 5%

500.000 s/d 700.000 : 5%

<500.000 : -

d. Pendidikan Terakhir:

Tidak Tamat SD : -

Tamat SD : 5%

Tamat SLTP : 10%

Tamat SLTA : 35%

Akademi : 35%

Perguruan Tinggi	: 15%
e. Pekerjaan :	
PNS/TNI/polri	: 5%
Pegawai Swasta	: 10%
Wiraswasta	: 25%
Pensiunan	: 5%
Pelajar	: 25%

## **B. Menyusun Pesan**

Penyusunan pesan sendiri seakan menjadi syarat utama untuk untuk mempengaruhi khalayak. Penyusunan pesan sendiri seakan menjadi syarat utama sebagai pembangkit perhatian. Ketika sudah bisa menarik perhatian dari khalayak merupakan tahapan awal dari sebuah komunikasi yang efektif, karena bangkitnya khalayak atau komunikasi terhadap pesan-pesan yang disampaikan.

Sebagai pembangkit perhatian. Ketika sudah bisa menarik perhatian dari khalayak merupakan tahapan awal dari sebuah komunikasi yang efektif, karena bangkitnya khalayak atau komunikasi terhadap pesan-pesan yang disampaikan.

Penyusunan pesan Radio ASKA FM diawali dengan memilih tema yang sedang aktual, artinya sebuah permasalahan yang sedang hangat diperbincangkan di tengah masyarakat. Selanjutnya penanggung jawab bidang pemberitaan menindak lanjuti tema yang sudah dipilih dengan cara memepersiapkan pertanyaan serta melakukan survei ke narasumber yang cradible sesuai tema yang dipilih. Ketika mengangkat tema yang sedang aktual biasanya materi siara nantinya akan dikemas lewat acara *talk show*.

*“Kami survei ke tempat narasumber dan kami siapkan pertanyaan yang nantinya akan kami bahasa di talk show”.*  
(Wawancara dengan Syakur, 12 Juli 2021).

Radio ASKA FM mempunyai sumber materi yang berasal dari partisipan komunitas dan materi siaran terencana. Materi siaran partisipan komunitas ini didapatkan dari hasil diskusi bersama antara warga komunitas dan penyelenggara radio lewat acara Gatehring dan Ketemu Monitor. Dari acara tersebut pengelola Radio ASKA FM juga bisa memonitoring informasi seperti apa yang sebenarnya dibutuhkan khalayak itu sendiri (warga komunitas). Hasil Gathering dan Ketemu Monitor tersebut mendorong Radio ASKA FM untuk mengelola dan materi siaran sebagik mungkin lewat workshop dalam rangka menyusun program acara secara periodik diawal tahun, kegiatan ini dilaksanakan untuk mewujudkan kebutuhan khalayak (warga komunitas) sehingga nantinya program acara yang disajikan benar-benar berisikan materi sesuai kebutuhan khalayak (warga komunitas). Workshop sendiri selalu diadakan di awal tahun.

Selain itu dalam penyusunan materi siaran Radio ASKA FM sendiri memiliki sumber siaran yang terecana mulai dari masukan dari warga komunitas atau pendengar melalui sosial media, telepon, dan pesan singkat, media cetak dan elektronik ibaratkan surat kabar, majalah, televisi, dan internet, dan lembaga-lembaga atau instansi yang melayani masyarakat. Sumber siaran ini nantinya akan disiarkan dengan bentuk program acara berupa berita, talkshow, infotaimen, papan tips-tips, dan iklan layanan masyarakat.

Materi-materi yang disajikan Radio ASKA FM terdiri dari materi dari luar dan dalam. Untuk materi dari luar berupa lagu religi, lagu campursari religi, qosidah, lagu pop religi. Sedangkan untuk materi dari dalam Radio ASKA FM memproduksi sendiri seperti Kajian Tafsir Al Quran, hadits, Selamat Pagi Pendengar Setia ASKA Lentera Pagi, Kajian Tasawuf, BUM (Berita Unik dan Menarik), Murottal, Siar dan Nada.

Selain menyusun pesan sesuai dengan permintaan khalayak, radio juga perlu menampilkan gaya yang nantinya menjadi ciri khas supaya

bisa dikenal oleh para pendengarnya. Gaya radio sendiri ditentukan dari sifat pendengar dan sifat siaran. Gaya radio sendiri melingkupi bahasa kata-kata lisan, musik atau lagu, dan efek suara yang bisa membentuk kunci utama sebagai penunjuk nama sebuah radio dalam memberikan program kepada para pendengarnya atau khalayak. Untuk Radio ASKA Sendiri menggunakan Bahasa Indonesia dengan tutur kata lisan yang lembut, sedangkan musik yang disiarkan ialah musik Indonesia populer, religi ataupun salawat dan musik daerah (campursari religi) yang isi pesan dari lagu tersebut bermuatan akan pendidikan dan dakwah. Efek suara yang digunakan Radio ASKA FM sendiri menggabungkan 3 jenis yaitu ada *spot effect* atau efek langsung dimana efek suara ini dibuat secara langsung ketika rekaman sedang berlangsung, *Actuality Recorded Effect* adalah efek suara yang diproduksi langsung di lokasi kejadian serta di dimanfaatkan sebagai efek suara saat rekaman. Contohnya suara ayam berkokok, suara keramaian pasar, suara kebisingan kendaraan dan *Library Recorded Effect* dimana efek suara ini merupakan efek buatan yang secara khusus dibuat di studio dalam suatu piringan untuk keperluan tertentu, untuk jenis sound efek ini biasanya menjadi selalu ada untuk menonjolkan identitas radio sebagai pembeda dengan radio lainnya. Radio ASKA FM menggunakan ketiga efek suara tersebut untuk selingan dalam program acara atau pesan yang disiarkan.

Setelah peneliti mengetahui materi yang disiarkan oleh Radio ASKA FM, peneliti mengatakan bahwa materi siaran sesuai dengan visi misi serta format radio Radio ASKA FM. Tentunya pesan yang akan disiarkan mempunyai tujuan untuk melayani kebutuhan masyarakat khususnya dalam meningkatkan keimanan dan ketaqwaan sebagai media informasi.

### **C. Menetapkan Metode**

Pemilihan metode sangat penting sekali dalam rangka mencapai efektivitas saat berkomunikasi. Adanya metode penyampaian bertujuan

supaya pesan yang akan disampaikan bisa berpengaruh kepada sasaran yang dituju. Untuk itu Radio ASKA FM menggunakan dua cara yaitu ada berdasarkan pelaksanaannya dan isi.

Pertama berdasarkan pelaksanaannya, metode yang digunakan adalah metode *redundancy* (repetition) Radio ASKA FM berusaha untuk mengenal lebih dekat dengan pendengarnya, kemudian berusaha mempengaruhi khalayak lewat pesan yang disampaikan, dengan begitu secara perlahan sikap dan pola pikirnya bisa berubah sesuai dengan apa yang di inginkan komunikator (sesuai dengan tujuan didirikan Radio ASKA FM untuk membantu umat muslim dari tipu daya, ajakan yang menyesatkan dan kembali ke jalan Allah SWT). Untuk metode Canalizing dimana program acara yang disiarkan secara *off air* di studio atau sering disebut dengan cara konvensional lewat 107.9 FM dan melalui streaming di Facebook.

Kedua berdasarkan isinya Radio ASKA FM sendiri menggunakan metode *informatif*, *persuasif*, dan *edukatif*.

1. Metode *informatif* lebih diperuntukkan pada daya pikir khalayak, dimana bentuk pelaksanaannya dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, dan berita. Metode informatif sendiri bertujuan memberikan sebuah informasi yang berkaitan dengan keagamaan, pesan keagamaan serta nilai kehidupan. Program acara yang masuk kedalam golongan metode *informatif* diantaranya ada SPPS (Selamat Pagi Pendengar Setia) ASKA Lentera Pagi, BUM (Berita Unik dan Menarik) dan Mozaik Senja. Ketika program acara ini membagikan kontribusi informasi kepada khalayak atau pendengar. Untuk informasi lokal yang sedang terjadi di Kecamatan Mijen sendiri akan disiarkan di program acara SPPS Selamat Pagi Pendengar Setia ASKA Lentera Pagi. Sedangkan informasi yang unik-unik nantinya akan disiarkan di program acara BUM (Berita Unik dan Menarik).

Untuk Mozaik Senja sendiri tips-tips yang dibutuhkan khalayak atau pendengar dalam dunia kerja selain itu juga disisipkan dengan lagu-lagu nasyid dan pop religi.

2. Metode *persuasif* yaitu mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk, disini khalayak digugah pikirannya ataupun perasaannya supaya bisa mempunyai sikap dan perilaku yang terpuji. Adapun bentuk metode *persuasif* sendiri disajikan dalam program acara Kajian Tasawuf. Program acara Kajian Tasawuf sendiri membahas tentang Akhlakul Karimah, moralitas yang indah serta skema kehidupan yang layak menurut agama. Melalui program acara tersebut Radio ASKA FM menginginkan nantinya khalayak bisa merubah sikap yang kurang baik melahirkan sikap yang baik sesuai dengan anjuran agama Islam.
3. Metode *edukatif* merupakan metode yang memberikan suatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat, dan pengalaman yang tentunya bisa dipertanggungjawabkan baik dari segi kebenaran, teratur dan terencana yang memiliki tujuan merubah perilaku khalayak atau pendengar ke arah yang diinginkan. Selain itu metode *edukatif* sendiri menyampaikan pesan yang mengandung nilai pendidikan. Metode *edukatif* diwujudkan dalam program acara Kajian Tafsir Al Quran dan Kajian Hadits. Untuk program acara Kajian Tafsir Al Quran sendiri notabene membahas tentang tafsir Al Quran, Fiqih, Hadits, dan hal-hal yang berkaitan dengan syariat Islam sedangkan program acara Kajian Tafsir Hadits membahas tentang Hadits Bukhori dan Muslim sehingga dengan kedua program acara tersebut khalayak atau pendengar bisa teredukasi akan hal yang berkaitan dengan syariat Islam itu sendiri.

Sebab Radio ASKA FM adalah radio yang berfokuskan dalam bidang pendidikan dan dakwah yang mempunyai tujuan khusus yang sudah tertera pada Bab III tentunya pemilihan metode penyampaian pesan yang sudah dilakukan Radio ASKA FM sudah cukup mencerminkan sebagai radio pendidikan.

#### **D. Penetapan Media Komunikasi**

Penetapan media komunikasi guna memperoleh sasaran komunikasi yang dituju, bisa memilih salah satu atau gabungan dari berbagai media. Hal ini sendiri tentunya tergantung kepada tujuan yang ingin dicapai, isi pesan yang akan disampaikan, serta cara yang dipakai.

Radio komunitas sendiri hanya mempunyai jangkauan siar kurang lebih 2,5 km dari stasiun radio itu berdiri. Radio ASKA FM sendiri berusaha sebisa mungkin memperluas jangkauan siarnya. Adapun yang dilakukan Radio ASKA FM sendiri tidak hanya mengudara secara konvensional dengan memakai frekuensi 107.9 FM.

*“Radio ASKA FM juga mengudara melalui streaming Facebook”.* (wawancara dengan syakur, 13 Juli 2021). Namun penetapan media konvensional pada saat ini dirasa kurang.

Selain itu Radio ASKA FM juga memanfaatkan media baru berupa *Internet live streaming (ILS)* untuk mengudara. *Internet live streaming (ILS)* sendiri digunakan guna mencapai para pendengar yang jauh dari zona coverage pemancar siaran tanpa harus melanggar regulasi peraturan penyiaran yang sudah ada. Untuk *Internet live streaming (ILS)* sendiri cukup dimanfaatkan dengan sebaik mungkin dalam menyiarkan program acara yang dimiliki Radio ASKA FM. sekarang belum ada regulasi hukum yang mengatur penggunaan media ini. Radio ASKA FM sendiri mengudara melalui streaming Facebook. Menurut Abidin (2007, hal. 16) eksistensi merupakan sebuah proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada dimana artinya eksistensi

merupakan cara untuk menunjukkan keberadaan sebuah potensi yang dimiliki. dengan cara yang tidak kaku sehingga bisa mengalami perkembangan serta mengalami kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengelola potensi yang ada. Pada saat ini penetapan media konvensional dirasa kurang apa lagi tidak dibarengi dengan media baru. Karena pada saat ini media baru dirasa menjadi media yang akrab. Langkah yang dilakukan Radio ASKA FM cukup bagus dalam mempertahankan sebuah eksistensi.

Selain itu Radio ASKA FM juga merumuskan strategi komunikasi untuk sebagai upaya mempertahankan eksistensi:

1. Pelatihan secara periodik dan terus menerus di bidang broadcast atau kepenyiaran untuk relawan yang mau bergabung dan mendukung Radio ASKA FM
2. Membangun sinergi dari berbagai relwan yang mau bergabung mendukung Radio ASKA FM
3. Menggandeng dengan pihak lain dalam bentuk kerja sama untuk merancang dan mengadakan sebuah program
4. Menjalin kerjasama dengan instansi-instansi atau media cetak lokal yang ada di kota Semarang maupun yang ada di Provinsi Jawa Tengah untuk mendukung acara *talk show* , berita, informasi, dalam bentuk tips-tips atau petunjuk praktis seputar kehidupan sehari-hari
5. Membangun kemandirian dana dengan menciptakan unit usaha yang bisa mendorong biaya operasional demi kelancaran siaran Radio ASKA FM .

Radio ASKA FM juga memiliki banyak lagu selawat-selawat hits, campursari religi, nasyid dan qasidah yang tentunya bisa menjadi daya tarik tersendiri di pendengar. Radio ASKA FM mencoba mendapatkan dukungan dari pemerintah setempat atau instansi-instansi pemerintah tersebut dengan mengadakan program acara talkshow yang berkaitan dengan instansi contohnya



seperti dinas kesehatan atau puskesmas terdekat di mohon mengisi talkshow bertemakan kesehatan atau kebijakan-kebijakan pemerintah tentang kesehatan masyarakat.

Aktivitas yang di jalankan pengelola media penyiaran tentunya memiliki strategi dan rencana yang telah dirancang sehingga mampu meraih peluang yang tersembunyi untuk didapatkan. Adapun yang dilakukan Radio ASKA FM untuk mengelola peluang dengan positioning yang dimiliki saat ini ternyata adanya program yang dijalankan serta didengarkan warga komunitas disekitar area coverage dengan program acara yang sudah pasti.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah ada, skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Radio ASKA FM dalam Mempertahankan Eksistensi sebagai Radio Dakwah dan Pendidikan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Mengenal khalayak. Adapun cara pertama yang digunakan Radio ASKA FM dengan mengadakan acara Gatehring yang bertujuan menjalin keakraban kepada pendengar Radio ASKA FM. Acara ini merupakan bentuk perwujudan Radio ASKA FM untuk memberikan ruang diskusi atau menyampaikan pendapat yang berkenaan dengan kepentingan bersama. Cara kedua Radio ASKA FM membuka komunikasi dengan pendengar melalui kritik dan saran yang disampaikan pendengar melalui sosial media, telepon, dan sms. Kritik dan saran ini berguna sebagai bahan evaluasi pengelola Radio ASKA FM dalam meningkatkan kualitas penyiaran. Cara ketiga supaya lebih dekat dan kenal dengan khalayak Radio ASKA FM membuat program acara yang menarik seperti talk show dengan mengundang orang-rang yang cukup berpengaruh dilingkungan kecamatan, kota, dan pengusaha sukses.
2. Menyusun pesan. Pertama pengelola Radio ASKA FM memilih tema yang sedang aktual atau topik yang sedang hangat diperbincangkan di tengah masyarakat, selanjutnya penanggung jawab bidang pemberitaan akan menindak lanjuti tema tersebut dengan cara mempersiapkan pertanyaan sekaligus survei narasumber yang credible yang akan membahas tema yang sedang hangat di perbincangkan. Dalam mengangkat temayang sedang aktual Radio ASKA FM cenderung menghadirkan dalam bentuk program acara *talk show*. Kedua Radio ASKA FM juga mempunyai sumber materi siaran yang berasal dari partisipan komunitas didapatkan

dari hasil diskusi dalam acara Gathering dan Ketemu Monitor dari acara tersebut Radio ASKA FM bisa memonitoring atau memantau kebutuhan informasi apa yang diinginkan khalayak (warga komunitas). Dari hasil Gathering dan Ketemu Monitor mendorong pengelola Radio ASKA FM untuk mengelola hasil diskusi tersebut lewat workshop menjadi materi siaran atau program acara yang benar-benar dibutuhkan khalayak. Workshop ini diadakan secara periodik di awal tahun. Ketiga Radio ASKA FM juga memiliki sumber siaran yang terencana dari masukan warga komunitas lewat media sosial, telepon, pesan singkat, media cetak dan elektronik (surat kabar, majalah, televisi, internet), dan lembaga-lembaga atau instansi yang melayani masyarakat. Materi-materi yang disajikan Radio ASKA FM materi dari luar dan dalam. Materi luar sendiri seperti lagu-lagu religi, campursari religi, qosidah, lagu pop religi. Sedangkan materi dari dalam Radio ASKA FM memproduksi sendiri seperti Kajian Tafsir Al Quran, Hadits, SPSS Selamat Pagi Pendengar Setia Aska Lentera Pagi, Kajian Tasawuf, BUM (Berita Unik dan Menarik), Murottal, Siar dan Nada.

3. Menetapkan Metode. Cara penyampaian pesan Radio ASKA FM sendiri menggabungkan dua faktor yaitu berdasarkan pelaksanaannya dan isi. Berdasarkan pelaksanaannya metode yang digunakan yaitu *Redudency (repetition)* dimana Radio ASKA FM berusaha mempengaruhi khalayak lewat pesan yang disampaikan, dengan begitu secara perlahan sikap dan pola pikir pendengar bisa berubah sesuai dengan tujuan didirikan Radio ASKA FM. yang kedua yaitu *Canalizing* dimana program cara yang disiarkan Radio ASKA FM secara konvensional di 107.9 FM dan *Internet Live Streaming* di Facebook untuk menjangkau pendengar di luar zona *coverage*. Sedangkan berdasarkan isi Radio ASKA FM menggunakan 3 metode yaitu ada *informatif, persuasif, dan edukatif*. Metode *informatif* diperuntukkan pada daya pikir khalayak, dalam pelaksanaannya program acara berbentuk keterangan, penenrangan, dan berita. Tujuan dari metode *informatif* sendiri memberikan sebuah informasi

yang berkaitan dengan keagamaan, pesan keagamaan dan nilai kehidupan yang nantinya bisa diaplikasikan khalayak dalam kehidupan sehari-hari. Metode *persuasif* digunakan untuk mempengaruhi khalayak dengan cara membujuk, di sini pola pikir atau perasaan digugah supaya bisa memiliki sikap dan perilaku yang terpuji. Metode *edukatif* merupakan metode yang memberikan suatu ide kepada khalayak berdasarkan fakta-fakta, pendapat, dan pengalaman yang tentunya bisa dipertanggungjawabkan baik dari segi kebenaran, teratur dan terencana yang memiliki tujuan merubah perilaku khalayak atau pendengar kearah yang lebih baik. Metode *edukatif* sendiri digunakan untuk menyampaikan pesan yang mengandung nilai pendidikan ini sangat cocok dengan Radio ASKA FM sebagai radio pendidikan dan dakwah.

4. Penetapan Media Komunikasi. Radio ASKA FM mengudara secara konvensional dengan memakai frekuensi 107.9 FM dengan luas jangkauan 2,5 km. Sedangkan untuk menjangkau khalayak di luar zona *coverage* Radio ASKA FM mengudara lewat *Internet Live Streaming* di Facebook.

## **B. Saran**

Setelah memeriksa suasana yang ada di Radio ASKA FM, apabila ingin mempertahankan eksistensinya sebagai radio dakwah dan pendidikan, ada beberapa saran:

1. Bagi *crew* untuk lebih merawat serta mengelola sosial media Radio ASKA FM seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan lainnya karena di masa kemajuan teknologi ini sosial media bisa menjadi jembatan antara pihak radio dengan pendengar. Selain itu juga untuk menjangkau pendengar baru sehingga Radio ASKA FM bisa terus eksis.
2. Merawat kembali website streaming Radio ASKA FM sehingga para pendengar bisa mendengarkan siaran tanpa harus terhalang jarak jangkauan siaran atau mungkin membuat aplikasi yang nantinya bisa diunduh langsung melalui Play Store maupun App store untuk menikmati siaran Radio ASKA FM.

3. Karena kebanyakan program acara yang disiarkan Radio ASKA FM adalah *off air* mungkin kedepannya Radio ASKA FM bisa melakukan siaran secara *on air*.
4. Menghadirkan program acara yang fresh dan berwarna untuk menarik pendengar.

### **C. Penutup**

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga proses penulisan skripsi ini bisa diselesaikan. Terimakasih untuk semua pihak yang sudah mengulurkan bantuan dan menolong dalam penyelesaian skripsi ini dengan baik.

Peneliti berharap skripsi yang masih jauh dari kata sempurna ini bisa memberikan manfaat bagi peneliti maupun pembaca. Penulis sudah berusaha semaksimal mungkin, jika masih terdapat kekurangan dalam materi maupun tata tulis peneliti dengan senang hati menerima kritik serta saran yang membangun guna kebaikan penulis dimasa yang akan datang.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu mencurahkan semua rahmat dan karunia-Nya untuk kita, semoga skripsi ini bisa bermanfaat untuk penulis khususnya serta peneliti selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abidin, Z. 2007. *Analisis Eksistensial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Amirullah. 2015. *Strategi Teori Konsep Kerja*. Jakarta: Wacana Media.
- Amir, M. Taufiq. 2011. *Manajemen Strategi Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Perss.
- Ahmadi, Abu & Nur Uhbiyati. 1991. *Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Rineka.
- Astuti, Santi Indra. 2008. *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aziz, Moh. Ali. 2009. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Azizy, A. Qodri. 2004. *Melawan Globalisasi: Reinterpretasi Ajaran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dermawan, Andi. 2004. *Metodologi Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: LESFI.
- Effendi, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Enjang & Aliyuddin. 2009. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Fiske, Jhon. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Humaidi. 2010. *Teori Komunikasi dan Strategi Komunikasi*. Malang: UMM Perss.

- Ihsan, Fuad H. 2005. *Dasar-Dasar Kependidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Kriyanto, Rachmat. 2006. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Moloeng, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Cet. 30 PT Remaja Rosdakarya.
- Prayudha, Harley. 2004. *Radio Pengantar Untuk Wawancara dan Praktik Penyiaran*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Rafi`udin & Maman Abdul Djaelani. 2004. *Prinsip dan Strategi Dakwah*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Romli, Asep Syamsul M. 2009. *Basic Announcing Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung: NUANSA.
- Romli, Asep Syamsul M. 2004. *Broadcast Journalism*. Bandung: Yayasan Cendikia.
- Putin, Jakfar. 2006. *Dakwah Tekstual dan Kontekstual*. Yogyakarta: Ak Group.
- Santoso, Edi. 2012. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Singh, Ak. 2004. *Test, Measurements and Research Methods in Behavioarl Sciences*. Patna: Bharti Bhawa.
- Sugiyono. 2004. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Undnag-Undang Pendidikan No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- Widodo. 1997. *Teknik Wawancara Menulis Berita di Surat Kabar dan Majalah*. Surabaya: Indah.

### **Skripsi**

- Abdii, M Rizki Majistra. 2019. *Strategi Komunikasi Radio Dakwah Dalam Memperoleh Pendengar. Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio Kita 93, 4 FM Cirebon*. Skripsi. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Afifah, Ulya. 2019. *Strategi Radio Penyiar Dakwah Islam Semarang Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar*. Skripsi. IAIN Salatiga.
- Aini, Alifah Qiroatul. 2019. *Strategi Radio Swara Kendal Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Media Online*. Skripsi. UIN Walisongo Semarang.
- Putri, Vadilla Nandika. 2018. *Strategi Komunikasi Radio Dalam Meningkatkan Loyalitas Pendengar Radio Tidar Magelang 94.3 FM*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Safa`tum. 2015. *Strategi Komuniasi Radio DAIS 107.9 FM Dalam Siaran Streaming*. Skripsi. UIN Walisongo Semarang.

### **Internet**

- Komisi Penyiaran Indonesia. 2018. *Sejarah Singkat Perkembangan Radio*. Diakses 10 Maret 2021 dari <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34250-sejarah-perkembangan-radio>.
- Jakpat. 2019. *Data Pendengar Radio di Indonesia Tinggi, Apa Alasannya?*. Diakses 10 Maret 2021 dari: <https://jakpat.net/info/data-pendengar-radio-di-indonesia-tinggi-apa-alasannya/>



## LAMPIRAN

Foto Studio Radio ASKA FM



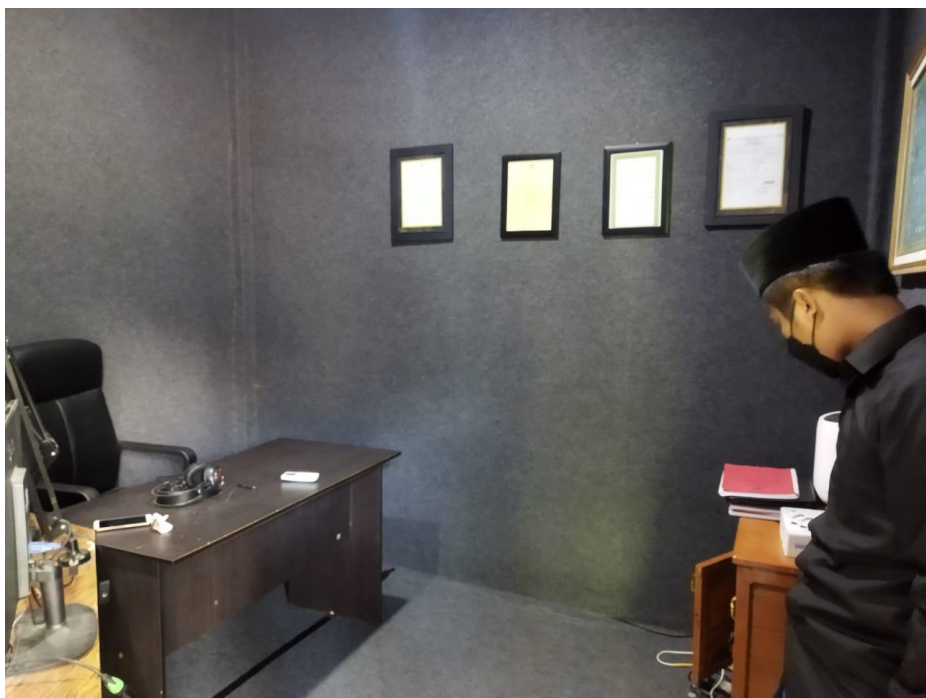


Foto bersama Penanggung Jawab Umum Radio ASKA FM



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Sefdha Pridayanti

Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 27 Agustus 1999

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Kp. Perbalan Rt 03 Rw 08 Kel. Gunungpati, Kec.  
Gunung Pati, Kota Semarang

No. HP : 0895323420510

Email : [sefdhapridayanti27@gmail.com](mailto:sefdhapridayanti27@gmail.com)

Riwayat Pendidikan formal : 1. TK Pertiwi 37 Gunungpati  
2. SD Negeri Gunungpati 01  
3. SMP Askhabul Kahfi Semarang  
4. SMK NU Ungaran

