

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PROGRAM ACARA
“ZONA QASIDAH” DI RADIO PAS 101 FM PATI**



SKRIPSI

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

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Konsentrasi Radio Dakwah

Oleh:

Latifah Asma Fauzi

1701026076

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

SEMARANG

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : -

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

Di Semarang

Assalamu'alikum Wr. Wb.

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

Nama : Latifah Asma Fauzi

NIM : I701026076

Fak/Jur : Dakwah dan Komunikasi/ KPI

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi dalam Program Acara Zona Qasidah di
Radio PAS 101 FM Pati

Dengan ini telah kami menyatakan menyetujui naskah tersebut dan memohon agar segera diujikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 31 Agustus 2021

Pembimbing,



H. M. Alfandi, M.Ag.

NIP: 197108301997031003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PROGRAM ACARA “ZONA QASIDAH” DI
RADIO PAS 101 FM PATI**

Disusun oleh

Latifah Asma Fauzi (1701026076)

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 8 Oktober 2021 dan dinyatakan
LULUS dan telah memenuhi Syarat Guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

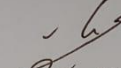
Ketua Sidang



H. M. Alfahdi, M.Ag.

NIP. 197108301997031003

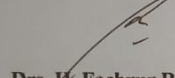
Sekretaris Sidang



Alifa Nur Fitri, M.I.Kom

NIP. 198907302019032017

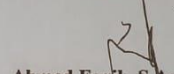
Penguji I



Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag.

NIP. 196905011994031001

Penguji II



Ahmad Faqih, S.Ag., M.Si

NIP. 197303081997031004

Mengetahui, Pembimbing



H. M. Alfahdi, M.Ag.

NIP. 1971083019970331003

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

pada tanggal 14 Oktober 2021



Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag.

NIP. 197010201995031001

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 disatuan perguruan tinggi ataupun lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 31 Agustus 2021



Latifah Asma Fauzi

NIM: 1701026076

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabat, dan pengikutnya.

Setelah melewati proses yang tidak sebentar, akhirnya penulisan Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi dalam Program Acara Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati” dapat terselesaikan. Tentu keberhasilan dalam menyusun skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala hormat penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufik, 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 Ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, sekaligus pembimbing skripsi dan wali dosen yang sudah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk selalu membimbing, memotivasi dan mengarahkan penulis selama masa perkuliahan serta dalam menyusun skripsi ini.
4. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Wakisongo Semarang yang telah mendidik penulis dalam berbagai aspek keilmuan dan keperluan administrasi.
5. Kedua orang tua, Bapak Sisyanto dan Ibu Lasimah, adik tersayang Himatul Aliyah yang senantiasa memberikan dukungan, do'a dan kasih sayang kepada penulis.
6. Radio PAS FM Pati, Ibu Erna, Bu Fitri, dan Mbak Amel yang senantiasa memberikan dukungan serta informasi terkait penelitian.

7. Taqi Musyafa yang telah mendukung perjalanan akademik, selalu memotivasi dan memberikan dorongan semangat hingga bisa melangkah ke arah yang lebih baik.
8. Teman-teman baikku, Faza Nurul, Mila Rosa, Haniya, Sefdha, Lely, Cindi, Safira, Ervan, Mas Falih, Ni'am, Hifni, Hani Imam, dan Salman, terimakasih untuk dorongan semangat, do'a dan dukungan yang diberikan untuk penulis.
9. Segenap keluarga besar KPI-B 2017 UIN Walisongo Semarang, terimakasih untuk semangat dan canda tawanya yang selalu ku rindukan.
10. Segenap keluarga besar KMPP Semarang, khususnya angkatan 2017 yang telah mengajarkan arti kekeluargaan dan menjalin silaturahmi antar mahasiswa Pati.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kepada semua pihak tersebut, penulis ucapkan terimakasih atas dukungan, motivasi dan do'a yang telah diberikan. Semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan tersebut. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa belum mencapai kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi kebaikan penelitian ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan wawasan bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 31 Agustus 2021



Latifah Asma Fauzi

NIM. 1701026076

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan penuh perjuangan akhirnya skripsi ini telah terselesaikan. Dengan ketulusan hati, karya ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Sisyanto dan Ibu Lasimah yang senantiasa sabar, kuat, dan tulus dalam mendidik, dan memberikan kasih sayang. Terimakasih untuk do'a yang tak pernah putus serta dukungan yang diberikan. Semoga Allah SWT dapat mengantarkan segala kemuliaan dunia dan akhirat.
2. Almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi, prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

MOTTO

“Segala sesuatu itu membutuhkan proses, jalani dengan penuh keyakinan dan kesabaran”

(Latifah Asma Fauzi)

ABSTRAK

Latifah Asma Fauzi, NIM 1701026076 dengan skripsi berjudul “Strategi Komunikasi dalam Program Acara Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati”. Perkembangan teknologi dan komunikasi menjadikan dakwah dapat dilakukan dengan berbagai macam media. Radio adalah salah satu media massa yang efektif dalam menyampaikan pesan termasuk pesan dakwah. Radio PAS FM merupakan salah satu radio swasta di Kabupaten Pati yang menyiarkan berbagai program acara. Sehubungan adanya radio sebagai media dakwah, Radio PAS FM Pati mempunyai peran penting dalam menyampaikan dakwah Islam. Hal tersebut ditunjukkan dengan program-program yang mengandung unsur keislaman, salah satu programnya yaitu program Zona Qasidah. Program radio sendiri merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan sebuah stasiun radio, apalagi dengan melihat perkembangan teknologi dan komunikasi yang terus mengalami peningkatan tentu menjadikan tantangan tersendiri bagi pengelola media penyiaran, terutama stasiun radio. Untuk itu perlu adanya strategi komunikasi yang baik agar dapat menarik pendengar dan tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi dalam program acara Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Data primer penelitian ini bersumber dari hasil observasi, dokumentasi, dan hasil wawancara dengan program director, station manager, dan penyiar program Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur buku, arsip, dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh radio PAS FM Pati dalam program Zona Qasidah adalah menyusun strategi komunikasi dengan cara mengenal sasaran khalayak (pendengar) terlebih dahulu yaitu melalui monitoring dan survey kepada masyarakat. Setelah mengetahui khalayak yakni menyusun materi siaran yang disesuaikan dengan berbagai tema yang sedang aktual. Selanjutnya adalah metode yang digunakan dalam program Zona Qasidah dalam penyiarannya menggunakan metode *canalizing*, *informatif*, dan *edukatif*. Kemudian untuk menjangkau sasaran khalayak secara luas, selain menggunakan radio, siaran *streaming* dapat juga dimanfaatkan sebagai media untuk menunjang program Zona Qasidah supaya lebih populer di kalangan pendengar. Selain itu Radio PAS FM juga melakukan strategi agar program Zona Qasidah berjalan dengan baik yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan (*Controlling*).

Kata kunci: Strategi komunikasi, Program Zona Qasidah dan PAS FM.

DAFTAR ISI

Table of Contents

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Metode Penelitian	11
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	16
BAB II STRATEGI KOMUNIKASI PADA PROGRAM RADIO	17
A. Teori Strategi Komunikasi	17
1. Strategi	17
2. Pengertian Komunikasi	20
3. Strategi Komunikasi.....	22
B. Radio	30
1. Pengertian Radio	30
2. Karakteristik Radio	31
3. Kelebihan dan Kelemahan Radio.....	32
4. Karakteristik Pendengar Radio.....	32
C. Program Siaran Radio	34
1. Pengertian Program Siaran.....	34

2. Jenis-jenis Program Radio	35
D. Konsep Radio Sebagai Media Dakwah.....	36
1. Pengertian Dakwah	36
2. Macam-macam Format Siaran Dakwah.....	38
3. Radio Sebagai Media Dakwah.....	39
BAB III GAMBARAN UMUM TENTANG RADIO PAS 101 FM PATI	41
A. Sejarah Radio PAS FM Pati.....	41
B. Profil Radio PAS FM Pati.....	42
C. Visi, Misi dan Tujuan Radio PAS FM Pati.....	44
D. Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i> Radio PAS FM Pati	45
E. Segmentasi Target.....	48
F. Program Radio PAS FM Pati	50
G. Program Siaran Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati	55
BAB IV ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PROGRAM ACARA ZONA QASIDAH DI RADIO PAS 101 FM PATI	57
A. Bentuk Program Zona Qasidah PAS 101 FM Pati.....	57
B. Strategi Komunikasi dalam Program Zona Qasidah	59
BAB V PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
C. Penutup	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	75
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Siaran harian Radio PAS FM Pati	45
Tabel 1.2 Siaran Mingguan Radio PAS FM Pati	46
Tabel 1.3 Sumber Daya Manusia (SDM) Radio PAS FM Pati	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Facebook Radio PAS FM Pati	38
Gambar 1.2 Twitter Radio PAS FM Pati	38
Gambar 1.3 Logo Radio PAS FM Pati	39
Gambar 1.4 Siaran streaming Radio PAS FM Pati melalui website	58
Gambar 1.5 Siaran streaming Radio PAS FM Pati melalui aplikasi	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan zaman ditandai dengan adanya perkembangan teknologi dan komunikasi yang berkembang secara pesat, hal ini menjadikan dakwah dapat dilakukan dengan berbagai macam cara dengan memanfaatkan media massa seperti radio. Radio sebagai media dapat digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada masyarakat termasuk pesan dakwah. Radio memiliki nilai ekonomis dalam melakukan komunikasi, selain itu radio juga bersifat cepat, efektif dan auditif dalam menyampaikan suatu informasi kepada khalayak umum. Sementara itu radio yang bersifat auditif memiliki makna bahwa dalam upaya penyampaian pesan tersebut dapat dilakukan dengan memberikan sajian menarik untuk memikat pendengar agar tidak terkesan monoton dan membosankan. Biasanya penyiar akan menyelipkan sebuah musik atau pun iklan sebagai selingan acara (Ahmad, 2015: 243).

Adapun kelebihan radio adalah memiliki jangkauan luas dalam melakukan siaran terhadap khalayak, untuk itu radio dapat dimanfaatkan sebagai media untuk berdakwah tanpa harus menghabiskan banyak biaya. Dalam menyampaikan pesan dakwah, seorang komunikator harus pandai membaca situasi dan kondisi, artinya harus pintar memilih media yang tepat sebagai sarana dakwahnya. Apalagi dengan melihat perkembangan teknologi yang terus mengalami peningkatan, untuk itu komunikator atau da'i harus bisa menyesuaikan dengan perkembangan teknologi tersebut, termasuk teknologi komunikasi yang merupakan sarana untuk menghubungkan antar masyarakat (Munir, 2018:2).

Berkaitan dengan radio sebagai media dakwah, maka program dakwah dapat dilakukan semaksimal mungkin sehingga dapat memberikan pengaruh positif serta dapat merubah perilaku manusia pada kebaikan. Dakwah sendiri merupakan suatu bentuk kegiatan untuk mengajak

seseorang kepada kebaikan. Ajakan tersebut dapat berupa lisan, tulisan, ataupun tindakan yang dilakukan dengan sadar secara individu ataupun kelompok tanpa adanya unsur paksaan. Tujuan dakwah sendiri yaitu memberikan kesadaran, pengalaman dan pengertian tentang petunjuk keagamaan sebagai nasihat kepada para pemeluknya agar senantiasa berbuat kebaikan serta menghindari kefasikan, sehingga kebahagiaan di dunia dan akhirat dapat dicapai. Tujuan dakwah pada hakikatnya yaitu ajakan atau dorongan, rangsangan dan juga bimbingan kepada seseorang untuk menerima ajaran keagamaan dengan penuh kesadaran tanpa adanya unsur paksaan (Arifin, 2000: 3).

Dakwah juga dapat disebut sebagai suatu strategi yang digunakan dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman kepada para pemeluknya agar terciptanya kehidupan yang islami. Oleh karena itu, hingga saat ini stasiun radio masih banyak yang menyiarkan program yang ada unsur ajaran agama islam karena, mayoritas masyarakat di Indonesia beragama Islam, begitu pula masyarakat yang ada di Kabupaten Pati sehingga membutuhkan siraman rohani untuk meningkatkan keimanannya. Salah satu stasiun radio yang memutar program keagamaan yaitu Radio PAS 101 FM Pati. Radio PAS 101 FM Pati merupakan radio swasta yang terletak di Kota Pati sebagai radio berita, hiburan sekaligus dakwah yang menjadi suatu pembeda dari radio lain yang ada di Kota Pati.

Radio PAS merupakan singkatan dari Pati Adi Suara, Radio PAS Pati ini berada pada gelombang FM 101 MHz dan memiliki slogan “Saluran Informasi Warga Pati”. Radio PAS 101 FM berada di Jalan Raya Pati-Kudus Km-3 Pati, Desa Sukoharjo, Kecamatan Margorejo, Kabupaten Pati, Provinsi Jawa Tengah. Jangkauan untuk pendengar Radio PAS 101 FM meliputi wilayah Pati, Rembang, Grobogan, Kudus, dan Blora. Radio tersebut mengudara selama 24 jam, memiliki format siaran berupa berita: 15%, penerangan/informasi: 10%, pendidikan dan kebudayaan: 09%,

agama: 13%, olah raga: 01%, Hiburan dan musik: 32%, iklan: 18%, acara penunjang/layanan masyarakat: 02%.

Keberadaan Radio PAS 101 FM Pati berpengaruh terhadap masyarakat, hal ini relevan dengan visi dan misi radio yang tidak hanya memberikan informasi dan hiburan saja, akan tetapi juga berkontribusi dalam memberikan sesuatu yang bermanfaat kepada khalayak. Selain digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan berita atau informasi, Radio PAS FM juga digunakan sebagai sarana berdakwah. Radio PAS FM juga menyiarkan acara-acara pendidikan dengan mendatangkan psikolog, ahli gizi, kesehatan, parenting dan lain sebagainya (Wawancara dengan Fitri, 10 Mei 2021).

Sehubungan dengan keberadaan radio sebagai media dakwah, Radio PAS FM Pati berperan dalam menyampaikan dakwah Islam. Demikian itu, ditunjukkan dengan program-program yang mengandung unsur keislaman. Salah satu program dakwahnya yaitu program Zona Qasidah. Program Zona Qasidah adalah suatu bentuk sajian acara yang di dalamnya berisi lagu qasidah, nasyid dan shalawat dengan ciri khas masyarakat Islam. Seperti halnya masyarakat Islam di Kota Pati yang memiliki banyak pondok pesantren dan madrasah. Dalam program ini, selain memutar lagu-lagu religi juga diselingi dengan informasi seputar agama Islam. Program Zona qasidah pada Radio PAS 101 FM Pati melakukan siaran setiap hari Senin sampai Sabtu pukul 13.00-15.00 WIB (Data Media Radio PAS 101 FM Pati).

Program Zona Qasidah ini merupakan suatu sajian acara yang dakwahnya disampaikan melalui seni. Seperti yang telah dilakukan oleh walisongo pada zaman dahulu yakni dakwah dengan cara menyesuaikan dengan budaya lokal setempat, salah satu caranya yaitu melalui seni musik. Pengembangan dakwah Islam di Nusantara yang dibawakan oleh walisongo terutama Sunan Kalijaga berhasil dilakukan. Beliau dikenal sebagai seniman paripurna sebab selain sebagai mubaligh, juga ahli wayang,

karawitan serta pencipta gending. Berdakwah dengan media kesenian selain memiliki arti amar ma'ruf nahi munkar juga dapat membangun dorongan hati umat Islam. Jika dakwah yang dilakukan melalui media musik semakin populer, manfaat yang diperoleh tidak hanya melakukan kebaikan dan mencegah keburukan saja akan tetapi, sebagai aktivitas untuk mengolah rasa atau hati, baik dalam segi pelaku maupun pendengar (Aripudin, 2012:145). Jenis kesenian yang melantunkan shalawat nabi dengan diiringi tabuhan rebana (terbang) ada beberapa macam, antara lain: hadrah, qasidah, banjari, gambus dan lain sebagainya. Seni qasidah selalu menampilkan lagu-lagu yang ada kaitannya dengan ajaran keislaman, bahkan musik ini menjadi suatu bentuk pertunjukan seni musik yang menandakan ciri khas umat Islam. Terbentuknya musik qasidah sebagai musik Islam tentu telah melewati proses panjang yang telah mengalami pasang surut di dalam proses perkembangannya hingga saat ini. Terlebih musik ini dapat bertahan sebagai musik Islam di tengah arus modernitas yang dialami musik populer (Afrianto, 2002:1).

Program Zona Qasidah menjadi program unggulan di Radio PAS 101 FM Pati karena banyak diminati pendengar. Selain itu radio-radio di Kota Pati kebanyakan hanya memutar lagu-lagu dangdut dan pop yang tidak ada unsur religinya. Meskipun ada, hanya pada saat menjelang atau sesudah magrib atau pun setelah subuh, dan itu pun sangat jarang. Melihat hal tersebut, dapat dijadikan sebagai suatu pembeda antara Radio PAS 101 FM Pati dengan radio lainnya maka dibuatlah program Zona Qasidah. Program ini dulu belum ada pesaingnya, namun untuk saat ini sudah ada stasiun radio yang mempunyai program yang sama, tetapi radio tersebut adalah radio komunitas yang memang bersegmentasi dakwah. Jadi untuk radio swasta di Kabupaten Pati tidak ada yang memiliki program serupa dengan Radio PAS FM. Dibuatnya program Zona Qasidah, selain dapat memberikan hiburan, juga menjadi syiar/ dakwah melalui lagu-lagunya dan juga pesan-pesan dakwah yang telah dikemas dan disampaikan oleh penyiar (wawancara dengan Erna, 10 Mei 2021).

Perencanaan penyiaran meliputi kegiatan untuk menentukan sebuah tujuan dan merencanakan sebuah strategi yang akan digunakan dalam mencapai suatu tujuan yang dikehendaki. Pemilihan format dan isi siaran yaitu program yang dibuat harus mampu menarik dan memuaskan pendengar. Program Zona Qasidah ini menyiarkan dakwah melalui kesenian musik yang memuat nilai rohani, dan juga program tersebut menyisipkan pesan dakwah yang telah disusun oleh penyiar. Seorang komunikator disini perlu memperhatikan perihal strategi dengan melihat situasi dan kondisi lingkungan, pesan, efek, serta komunikannya. Hal tersebut menjadi sesuatu yang harus diperhatikan karena peran komunikator dan komunikasi harus terlihat agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh pendengar.

Faktor penting yang harus diperhatikan dalam menentukan keberhasilan komunikasi di stasiun radio yaitu bergantung pada program acara yang disajikan (Morissan, 2008: 201). Untuk itu setiap stasiun radio memiliki strategi pada program acara yang dibuat agar khalayak tertarik dan menjadi pendengar setia. Pada dasarnya strategi yaitu suatu usaha untuk merencanakan dan mengelola sebuah tujuan yang diinginkan. Selain itu, strategi komunikasi juga menunjukkan langkah-langkah yang digunakan untuk memperoleh tujuan, setelah itu ditransformasikan menjadi beberapa taktis sehingga tujuan tersebut dapat tercapai. Adapun yang menyatakan bahwa strategi yaitu rencana untuk memberi pengarahan dari metode yang digunakan supaya tujuan yang telah ditetapkan bisa terwujud (Iriantara, 2005).

Melihat perkembangan teknologi dan komunikasi yang terus mengalami peningkatan menjadikan tantangan tersendiri bagi pengelola media penyiaran, terutama pada stasiun radio. Apalagi ditambah dengan banyaknya media baru yang bermunculan. Menurut survey yang dilakukan Nielsen Consumer Media View (Survei Nielsen Indonesia 2017) menyebutkan bahwa penetrasi radio masih menempati urutan keempat dibanding jenis media lain. Penetrasi media televisi 96%, media luar ruang

53%, internet 44 %, radio 37%, koran 7%, serta majalah dan tabloid 3% (Ira, 2018). Sedangkan berdasarkan hasil survei indikator sosial budaya Badan Pusat Statistik (BPS), masyarakat (usia 10 tahun ke atas) yang mendengarkan radio dalam seminggu terakhir hanya 13,31% pada 2018. Angka tersebut merosot jauh dari 50,29% pada tahun 2003. Begitu pula dengan pembaca koran ataupun majalah berkurang menjadi 14,92% pada 2018 dari 23,7% pada 2003. Pada media televisi justru menunjukkan peningkatan dari 84,94% pada 2003 menjadi 93,02% pada 2018. (BPS, 2019).

Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah presentase orang yang mendengarkan radio terus mengalami penurunan. Persaingan antara industri penyiaran pun saat ini juga sangat tajam, dengan pesaing yang berasal dari stasiun radio pemerintah, banyaknya stasiun radio lokal, radio komunitas, apalagi ditambah dengan munculnya media online. Untuk itu, tentu setiap radio penyiaran perlu memiliki strategi yang digunakan, begitu pun Radio PAS 101 FM Pati. Hal tersebut menjadi suatu kajian yang menarik untuk diteliti dalam hal ini peneliti mengambil judul **“Strategi Komunikasi Dalam Program Acara Zona Qasidah Di Radio PAS 101 FM Pati”**. Tujuan penelitian ini untuk memperoleh gambaran secara sistematis tentang strategi komunikasi yang digunakan dalam program Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati. Program acara yang disiarkan di stasiun radio diharapkan mampu mempermudah dan membantu masyarakat untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat secara tepat, cepat, serta akurat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, peneliti merumuskan permasalahan yaitu: Bagaimana strategi komunikasi dalam program acara “Zona Qasidah” di Radio PAS 101 FM Pati?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi dalam program acara “Zona Qasidah” di Radio PAS 101 FM Pati.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan mengembangkan ilmu komunikasi di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) tentang strategi komunikasi dalam program radio, serta memberikan tambahan referensi sebagai bahan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Adapun secara praktis diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

- a. Memberikan pengetahuan bagi pembaca mengenai strategi komunikasi dalam program radio.
- b. Memberikan masukan dan saran untuk Radio PAS 101 FM dalam mengelola serta memproduksi program acara yang sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi.

E. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan studi literatur, untuk menghindari adanya persamaan penelitian, penulis mengambil beberapa skripsi atau penelitian yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, di antaranya adalah:

1. Skripsi Endang Rismawati (2018) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan judul “*Strategi Komunikasi Dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung Pada Program Siraman Rohani*”. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif, menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi non partisipan, dokumentasi, dan wawancara. Tujuan

penelitian tersebut untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah Radio 97,6 FM La Nugraha Lampung dalam Program Siraman Rohani. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa strategi komunikasi dalam penyampaian pesan dakwahnya menggunakan tahapan-tahapan yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian dan pengawasan (*controlling*). Sedangkan jika dihubungkan dengan teori yang dikemukakan oleh Laswell, strategi dalam penyampaian pesan dakwah di Radio La Nugraha Lampung dalam Program Siraman Rohani menimbulkan dampak positif pada komunikator dan komunikan. Pendekatan yang digunakan untuk menyampaikan pesan yaitu dengan persuasif dan informatif dengan mementingkan keterbukaan serta kepercayaan masyarakat. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah kesamaan dalam kajian tentang strategi komunikasi pada suatu radio. Adapun perbedaannya terletak pada objek penelitian dan fokus pembahasannya.

2. Skripsi Irvan Azizi (2020) Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul “*Strategi Komunikasi Radio Songgolangit Ponorogo (Telaah Program Berita Songgolangit Hari Ini)*”. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui format siaran dan strategi komunikasi dalam Program Berita Songgolangit Hari Ini di Radio Songgolangit FM. Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa format siaran pada Program berita Songgolangit Hari Ini termasuk jenis format siaran *All News/ All Talk* yang berisi paket berita dan informasi penting. Selanjutnya Strategi komunikasi Radio Songgolangit dalam menyampaikan berita Songgolangit Hari Ini (SHI) menggunakan tahapan tahapan yang meliputi: menetapkan khalayak, penyusunan pesan, penetapan metode, menetapkan media, serta peranan komunikator dalam komunikasi. Persamaan penelitian ini dengan

penelitian penulis yaitu, sama-sama mengkaji tentang strategi komunikasi radio dalam sebuah program, sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan fokus penelitian yang diteliti.

3. Skripsi Misbahul Munir (2018) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan judul "*Strategi Komunikasi Dalam Program Mutiara Hikmah Di Radio Rasika FM*". Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif merupakan jenis metode penelitian yang digunakan untuk mengungkapkan serta mendeskripsikan fakta-fakta yang ada dari hasil pengamatan. Menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui strategi komunikasi pada program Mutiara Hikmah di Radio Rasika FM. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi yang digunakan dalam program Mutiara Hikmah yaitu melakukan penyusunan strategi komunikasi dan strategi program. Dalam penyusunan strategi komunikasi dapat dilihat pada analisis khalayak yakni dengan melalui survey membership, pesan dapat di susun melalui metode AIDDA, metode ini diterapkan melalui *redundancy* serta *canalizing*, dan bertujuan sebagai penunjang program Mutiara Hikmah supaya dapat lebih populer di masyarakat. Sedangkan untuk strategi program yaitu dapat dilakukan melalui perencanaan proses program siaran, proses produksi pembelian program, proses eksekusi program proses pengawasan serta proses evaluasi yang merupakan peranan penting dalam penyusunan sebuah program. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu, sama-sama mengkaji tentang strategi komunikasi pada sebuah program radio. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian yang diteliti.
4. Skripsi Lila Fitrotun Nisa' (2018) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan judul "*Implementasi Manajemen Penyiaran Dalam Program Acara Kajian*

Kitab Al-Hikam di Radio PAS 101 FM Pati". Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tujuan penelitian untuk mengetahui implementasi manajemen penyiaran yang diterapkan di Radio PAS 101 FM Pati dalam Program acara Kajian Kitab Al-Hikam. Hasil dari penelitian tersebut yaitu Radio PAS 101 FM mengguna-kan empat proses dalam penerapan manajemen penyiaran dalam Program acara Kajian Kitab Al-Hikam yang meliputi perencanaan (*planning*) yaitu menyusun perencanaan tujuan, pengorganisasian (*organizing*) yakni mengorganisasikan, mengarahkan kerabat kerja serta memberikan pengaruh (*Directing/influencing*) yaitu mengarahkan kerabat kerja sesuai dengan tugas yang telah ditetapkan, dan pengawasan (*controlling*) yaitu dengan memonitoring dan melakukan pengecekan DAS (Daya Arus Siaran). Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu terletak pada objek penelitian, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus dan lokus penelitian yang diteliti.

5. Skripsi Weri Putra Pratama (2016) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang dengan judul "*Strategi Komunikasi Radio Pada Siaran Manjau Dibingi di Pro 4 RRI Palembang*". Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tujuan penelitian yaitu mengetahui strategi komunikasi yang digunakan Radio Pro 4 RRI Palembang dalam membangun serta meningkatkan kualitas Program acara Manjau Dibingi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Radio Pro 4 RRI Palembang dalam mengimplementasikan strategi komunikasinya dengan cara mengenal sasaran khalayak, yakni melakukan telepon dan mengirim pesan singkat (SMS) secara random kepada masyarakat Kota Palembang dan sekitarnya. Selanjutnya, setelah mengatui sasaran khalayak/ pendengar yaitu menyusun pesan dengan mengangkat tema yang aktual. Persamaan

penelitian ini dengan penelitian penulis adalah persamaan dalam mengkaji tentang strategi komunikasi di radio, sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan fokus penelitian.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara memberikan sebuah deskripsi atau gambaran terhadap subjek penelitian atau data-data yang ditemukan dalam penelitian (Trinoviana, 2017: 42). Penulis akan mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi yang digunakan dalam Program acara Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati. Hal ini merujuk pada pendapat Bogdan & Taylor (1975: 5) menjelaskan bahwa metode kualitatif merupakan sebuah metode yang dapat menghasilkan suatu data deskriptif baik berupa tulisan, peristiwa maupun ucapan dan perilaku pada objek penelitian yang diamati (Moleong, 2017: 4).

Pendekatan penelitian ini, yaitu menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara pada saat penelitian dilakukan serta memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Travels; dalam Hikmat, 2011). Pendekatan deskriptif ini digunakan oleh penulis dalam melakukan suatu analisis dan deskripsi pada strategi komunikasi yang dilakukan di Radio PAS 101 FM Pati. Penelitian ini menggambarkan semua data atau peristiwa dengan melihat fenomena yang ditemukan di lapangan kemudian dilakukan sebuah analisis dan dilakukan perbandingan terhadap hasil yang ditemukan sehingga muncul sebuah solusi untuk memecahkan suatu permasalahan (Widi, 2010: 41).

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual digunakan untuk memberikan sebuah batasan penelitian agar penelitian ini dapat terfokus pada permasalahan

tertentu. Definisi konseptual berguna untuk mendeskripsikan perilaku atau gejala yang diamati oleh penulis. Penulis membatasi dengan mengambil subjek dalam penelitian yaitu strategi komunikasi dan program. Penulis menjelaskan batasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan panduan dalam membuat suatu perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Suatu tujuan dapat tercapai apabila strategi komunikasi mampu menunjukkan langkah-langkah diplomatis yang dilakukan dengan pendekatan yang dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan situasi dan kondisi (Effendy, 1981: 84). Middleton dalam Cangara (2013: 61) mengungkapkan definisi strategi komunikasi merupakan gabungan dari semua komponen komunikasi, yang terdiri dari komunikator, pesan, media, komunikan serta dampak yang dipersiapkan guna mencapai tujuan komunikasi yang baik. Dalam menyusun strategi komunikasi dibutuhkan rencana yang baik dan harus memperhatikan komponen-komponen dalam komunikasi.

b. Program

Program merupakan segala sesuatu yang ditayangkan oleh stasiun radio atau penyiaran untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, program merupakan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga mereka berkeinginan untuk mengikutinya (Morissan, 2013: 210). Komunikasi program radio memiliki strategi yaitu suatu perencanaan yang efektif serta tersusun secara sistematis yang dibuat guna menghasilkan sebuah produk, kemudian disiarkan kepada khalayak pendengar dengan tujuan dapat menerima produk siaran tersebut. Dalam penelitian ini, penulis akan mengkaji strategi komunikasi dalam Program acara Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati yang difokuskan pada konsep strategi komunikasi menurut Fajar (2009) yang meliputi:

memahami khalayak, menyusun pesan, menentukan metode dan melakukan pemilihan media komunikasi.

3. Sumber dan Jenis Data

Data adalah sekumpulan informasi yang ditemukan melalui hasil pengamatan atau pancaindera serta melalui berbagai sumber tertentu. Menurut Tanzeh (2011:79), data yaitu suatu informasi yang terekam dan dibandingkan dengan informasi lain sehingga dapat dilakukan analisis untuk menjawab berbagai rumusan permasalahan. Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung di lokasi penelitian atau objek penelitian berupa wawancara (Saidah, 2015: 87). Adapun sumber data primer dalam penelitian ini berasal dari hasil observasi, dokumentasi, dan hasil wawancara yang dilakukan dengan station manajer, program director serta penyiar Program acara Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati. Sedangkan data sekundernya diperoleh dari literatur buku, arsip, situs terpercaya dari internet atau dokumen yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mencari dan mendapatkan informasi yang valid untuk dapat menjawab permasalahan di atas, penulis menggunakan teknik analisis data berupa:

a. Teknik Observasi

Observasi merupakan proses pencatatan serta pengamatan yang dilakukan secara langsung terhadap kejadian atau peristiwa yang diselidiki dan ditemui di lapangan (Hadi, 1992: 129). Pada penelitian ini, peneliti datang langsung ke lokasi penelitian, mengamati dan mengikuti siaran Program Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati secara *on air* bersama penyiar.

b. Teknik Wawancara

Wawancara merupakan komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih yaitu peneliti dan informan untuk memperoleh suatu informasi yang dibutuhkan berkaitan dengan permasalahan penelitian (Saidah, 2015: 88). Penulis menggunakan teknik wawancara semi terstruktur dengan tujuan untuk memperkaya informasi, mendapatkan data yang lebih terbuka dan terpercaya. Jadi pihak yang diwawancarai dapat mengemukakan pendapat dan idenya secara luwes (Sugiyono: 2010: 233). Peneliti melakukan wawancara dengan station manajer, program director dan penyiar Program acara Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati agar mendapatkan informasi yang sesuai dengan permasalahan yang ada.

c. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi yang ditemukan peneliti berupa gambar, rekaman wawancara, dokumen-dokumen meliputi sejarah, visi, misi, dan tujuan, struktur organisasi, program acara, dan arsip Radio PAS 101 FM Pati ataupun yang lainnya untuk menelusuri data historis (Bugin, 2008: 121).

5. Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman dengan model analisis interaktif meliputi:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemilahan dan pemusatan data agar data yang ditemukan dilapangan merupakan data valid (Miles & Huberman, 2007: 16). Proses reduksi data ini dilakukan secara terus-menerus sehingga data tersebut adalah data jenuh dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Hasil reduksi data ini berupa catatan yang ditemukan saat di lapangan (Harsono, 2008: 169).

Proses reduksi data ini diperoleh dengan cara meringkas, mengelompokkan serta memilih dan memilah data yang diperoleh dari hasil wawancara bersama station manager, program director dan penyiar Program acara Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati.

a. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kegiatan menyusun informasi secara urut dan sistematis yang didapatkan dari proses reduksi data sehingga pembaca akan mudah memahami dan mengerti tentang temuan peneliti (Prastowo, 2014: 244). Menurut Sutopo dalam Harsono (2008: 169) penyajian data dapat berbentuk narasi, tabel, grafik, gambar bagan ataupun lainnya. Penyajian data dalam penelitian ini berbentuk naratif, dapat juga diselingi dengan gambar, tabel, skema, dan lainnya sesudah data yang diperoleh terkumpul dan dikelompokkan sesuai kategorinya. Kategorisasi data dalam penelitian ini akan dibantu dengan konsep strategi komunikasi menurut Fajar (2009). Hal tersebut berkembang dan disesuaikan dengan hasil data yang terkumpul dalam proses pengumpulan data.

b. Penarikan Kesimpulan

Langkah selanjutnya yaitu melakukan penarikan kesimpulan, kesimpulan yang diperoleh tersebut merupakan suatu temuan baru dari penelitian yang belum pernah pada penelitian sebelumnya (Prastowo, 2014: 248). Kesimpulan dalam penelitian ini berisi narasi deskriptif mengenai strategi komunikasi dalam Program Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati yang dihubungkan dengan kajian teori dan data permasalahan yang mendukung.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penulisan skripsi ini peneliti mengelompokkannya menjadi lima bab sesuai dengan hasil temuan dan pedoman penulisan skripsi yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo diantaranya:

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

Bab I: Pendahuluan, menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II: Kerangka teoritik menjelaskan tentang tinjauan teoritis yang menjelaskan variabel penelitian. Pada penelitian ini akan menguraikan teori tentang strategi komunikasi, radio, program siaran radio, dan konsep radio sebagai media dakwah.

Bab III: Memuat gambaran umum dan menguraikan tentang objek penelitian. Pada bagian ini peneliti akan memaparkan gambaran umum mengenai Radio PAS 101 FM Pati yang meliputi: sejarah, profil, visi, misi dan tujuan radio, struktur organisasi serta *job description*, segmentasi target dan program siaran Radio PAS 101 FM Pati.

Bab IV: Berisi analisis kemampuan meneliti, menganalisa dan mengkaji strategi komunikasi dalam Program acara Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati.

Bab V: Berisi kesimpulan yang merupakan jawaban dari permasalahan yang dibahas serta berisi saran dari peneliti.

BAB II

STRATEGI KOMUNIKASI PADA PROGRAM RADIO

A. Teori Strategi Komunikasi

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi secara etimologi berasal dari bahasa Yunani *Strategos* yang terdiri dari kata *Stratos* bermakna tentara dan *ego* yang bermakna pemimpin. Strategi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh suatu tujuan, secara sederhana strategi dapat dikatakan sebagai alat untuk mencapai tujuan.

Marrus (2002: 31) mendefinisikan strategi menjadi sebuah proses untuk merancang rencana-rencana yang akan digunakan oleh pemimpin sebagai tujuan jangka panjang di sebuah organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan. Sedangkan menurut Arifin (1984: 10) mengungkapkan strategi adalah beberapa ketetapan atau suatu tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh sebab itu merumuskan strategi komunikasi harus melihat situasi dan kondisi yang dihadapi baik dimasa sekarang maupun masa yang akan datang. Selanjutnya Quinn (1999: 10) mendefinisikan strategi merupakan suatu perencanaan yang berbentuk kebijakan, tujuan dan tindakan kemudian disatukan dalam satu kesatuan.

Goldworthy & Ashley (1996: 98) menyampaikan ada tujuh aturan dasar seseorang dalam merumuskan strategi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Strategi yang dibuat harus menguraikan, menggambarkan dan mendefinisikan masa yang akan datang.
- 2) Strategi harus memuat arahan dan rencana-rencana yang jelas, tidak hanya gambaran saja.

- 3) Strategi harus digunakan untuk berbagai kepentingan yang mendukung perusahaan pada keunggulan kompetitif, tidak hanya sekadar tentang uang.
- 4) Strategi harus diaplikasikan dari atas ke bawah. Jadi, strategi diterapkan untuk diuji coba di lingkup perusahaan terlebih dahulu, mulai dari pengurus/ perusahaan utama kemudian diterapkan kepada bawahan atau anak perusahaan untuk menilai apakah strategi yang digunakan sudah cocok untuk diterapkan atau belum.
- 5) Strategi yang dibuat tidak hanya berorientasi pada internal perusahaan saja, tetapi juga melingkupi kepentingan masyarakat sekitar sebagai pendukung citra perusahaan.
- 6) Strategi bersifat fleksibel, tidak hanya berlaku pada satu masa saja tetapi berlaku sampai masa yang akan datang.
- 7) Strategi yang dirancang harus memiliki tujuan jangka panjang.

Pengaplikasian strategi yang baik dapat mendukung dalam menyusun serta membagi sumber daya yang ada pada perusahaan, sehingga menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan. Dalam menyusun strategi harus memperhatikan tujuan dan sasaran yang ingin diraih pada jangka panjang, selain itu perusahaan harus berinteraksi dengan lingkungan yang akan digunakan untuk menerapkan strategi tersebut, sehingga tidak terjadi pertentangan dengan kondisi lingkungan yang ada. Organisasi atau perusahaan juga perlu melihat kemampuannya yang meliputi kekuatan serta kelemahan. Strategi pada dasarnya akan gagal jika tidak mempunyai keselarasan antara apa yang diucapkan dan apa yang diusahakan.

b. Tujuan Strategi

Strategi memegang peran yang penting untuk mencapai tujuan dalam sebuah organisasi atau perusahaan, sebab strategi

memberikan arahan atas tindakan yang harus dilakukan supaya apa yang diharapkan dapat terwujud. Grant (1999: 21) Menyatakan strategi mempunyai tiga peranan penting untuk mencapai tujuan manajemen, yaitu:

- 1) Strategi merupakan penunjang dalam pengambilan ketetapan, karena strategi merupakan bentuk rancangan yang telah disusun oleh beberapa orang di sebuah perusahaan yang kemudian akan memperoleh hasil akhir.
- 2) Strategi adalah alat untuk pengorganisasian, yaitu untuk mendapatkan kesatuan tujuan di sebuah perusahaan.
- 3) Strategi sebagai target, yaitu rencana yang dibuat kemudian dipadukan dengan visi dan misi perusahaan untuk memastikan arah keberadaannya di masa depan. Tujuan ditetapkannya strategi selain untuk memberi pedoman dalam merumuskan sebuah rencana juga digunakan untuk mencapai cita-cita organisasi atau perusahaan. Artinya, strategi dapat berfungsi sebagai target.

c. Bentuk-Bentuk Strategi

Adapun bentuk-bentuk strategi yang terbagi menjadi empat, antara lain (Salusu, 2006):

1. *Corporate Strategy* (Strategi Organisasi), strategi ini berhubungan dengan merumuskan misi, tujuan, nilai-nilai serta inisiatif-inisiatif strategi.
2. *Program Strategy* (Strategi Program), strategi program ini lebih memberi perhatian pada implikasi-implikasi strategi pada program tertentu.
3. *Recourse Support Strategy* (Strategi Pendukung Sumber Daya), strategi sumber daya ini memfokuskan perhatian untuk memaksimalkan pemanfaatan dari sumber daya esensial yang tersedia guna menambah kualitas kinerja pada

sebuah organisasi. Sumber daya ini bisa berupa tenaga, keuangan, teknologi, dan lain sebagainya.

4. *Institutional Strategy* (Strategi Kelembagaan), strategi kelembagaan ini berfokus pada pengembangan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif strategi.

d. Tahap-Tahap Strategi

Akdon (2006) menjelaskan tahap formulasi atau pembuatan strategi meliputi:

1. Pengembangan misi dan tujuan jangka panjang.
2. Pengidentifikasian peluang dan ancaman dari luar serta kekuatan dan kelemahan pada organisasi.
3. Pengembangan alternatif dan penentuan strategi yang sesuai untuk diaplikasikan.

Sedangkan tahap implementasi atau penerapan strategi meliputi:

1. Penentuan tujuan dan sasaran operasional tahunan
2. Kebijakan organisasi
3. Memotivasi karyawan
4. Mengalokasikan sumber daya agar strategi yang telah ditetapkan dapat diimplementasikan (Akdon, 2006).

2. Pengertian Komunikasi

Secara etimologi komunikasi berasal dari bahasa latin “*communicatio*” yang diambil dari kata *communis* yang bermakna sama. Selain itu juga berasal dari bahasa inggris “*communication*”. Dari istilah tersebut komunikasi yaitu pertukaran informasi dari komunikator dan komunikan untuk memperoleh pengertian yang sama. Yang dimaksud sama disini yaitu sama arti dalam suatu hal, seperti dalam konteks percakapan dan kesamaan bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi.

Sedangkan menurut istilah, beberapa ahli komunikasi memberikan definisi komunikasi menurut pemikiran dan perspektifnya masing-masing, diantaranya sebagai berikut:

- a) Jains dan Kelley mengatakan “komunikasi adalah proses penyampaian rangsangan (biasanya dalam bentuk kata-kata) dari komunikator dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku khalayak.”
- b) Berelson dan Stainer mengungkapkan “komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, pendapat, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui simbol seperti kata-kata, gambar, angka, dan lainnya.” (Vardiansyah, 2008: 25).
- c) Carl.I.Hovland mengungkapkan “Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian rangsangan dari seorang komunikator untuk merubah sikap orang lain.”
- d) Everett M.Rogers mengungkapkan “komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan khalayak yang bertujuan untuk merubah tingkah laku mereka.”
- e) Harold D. Lasswell mengungkapkan bahwa komunikasi yaitu menjawab pertanyaan “(*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*)” siapa yang mengatakan, apa yang dikatakan, media apa yang digunakan, kepada siapa ide/gagasan tersebut disampaikan, dan efek apa yang ditimbulkan (Mulyana, 2010: 68-69).

Dari beberapa definisi yang diungkapkan oleh beberapa ahli tersebut disimpulkan bahwa komunikasi yaitu sebuah proses perpindahan pesan antara beberapa orang, baik pesan verbal maupun nonverbal yang mengandung makna melalui sarana atau saluran tertentu sehingga menimbulkan sebuah efek/ perubahan.

Proses komunikasi dapat dipahami dengan melihat komponen-komponen yang berhubungan dengan sumber atau

pengiriman pesan, apa yang dikatakan, media apa yang digunakan, untuk siapa pesan tersebut disampaikan, dan perbedaan yang dirasakan oleh komunikan sebelum dan setelah pesan tersebut diterima (Wijaya, 2000: 30).

Menurut Wilbur Schramm menyebutkan komunikasi efektif sebagai “*the condition of success in communication*”, yaitu kondisi yang perlu dipenuhi agar tujuan komunikasi dapat tercapai sesuai yang kita inginkan, meliputi:

- 1) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa supaya komunikan tertarik.
- 2) Pesan yang disampaikan harus menggunakan lambang yang memiliki pengertian sama antara komunikator dan komunikan.
- 3) Pesan dapat menumbuhkan kebutuhan pribadi komunikan sekaligus menyediakan alternatif mencapai kebutuhan tersebut.
- 4) Pesan yang disampaikan harus berkaitan dengan kebutuhan kelompok komunikan (Mufid, 2012: 128).

3. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yaitu panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai tujuan. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, strategi komunikasi harus menunjukkan langkah-langkah taktis yang dilakukan dengan pendekatan yang dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan situasi dan kondisi (Effendy, 1981: 84).

Middleton dalam Cangara (2013: 61) mengungkapkan definisi strategi komunikasi merupakan gabungan dari komponen komunikasi, termasuk komunikator, pesan, media, komunikan dan dampak (efek) yang dipersiapkan guna mencapai tujuan komunikasi yang baik.

Berdasarkan pemaparan tersebut, strategi komunikasi dapat diartikan sebagai suatu rencana dan metode yang digunakan untuk

mencapai tujuan dengan menitikberatkan pada seluruh unsur dalam proses komunikasi, sehingga diharapkan komunikasi dapat berjalan dengan lancar.

Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnet, tujuan strategi komunikasi yaitu:

- a. *To secure understanding*, memastikan komunikan memahami pesan yang diterimanya.
- b. *To establish acceptance*, bagaimana penerimaan pesan itu harus dibina dengan baik.
- c. *To motivate action*, penggiatan untuk motivasi.
- d. *The goals which the communicator sought to achieve*, yaitu cara mencapai tujuan yang ingin dicapai dari komunikator melalui proses komunikasi tersebut (Ruslan, 2005: 37).

Strategi komunikasi yang baik harus memperhatikan empat faktor penting dalam strategi komunikasi (Fajar, 2009: 183) yaitu:

1. Mengetahui Khalayak

Langkah utama agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif sehingga komunikator dan komunikan tidak hanya saling berhubungan saja, tetapi juga saling mempengaruhi yaitu mengetahui khalayak. Hal tersebut tergantung pada tujuan komunikasi yang akan dicapai, apakah tujuannya hanya sekedar agar komunikan mengetahui saja (metode informatif) atau agar komunikan melakukan suatu tindakan tertentu (metode persuasif). Apapun tujuannya, metodenya, dan banyaknya sasaran komunikasi harus memperhatikan faktor kerangka referensi (*frame of reference*) serta faktor situasi dan kondisi yang meliputi:

- a) Kondisi psikis dan fisik khalayak
- b) Pengaruh kelompok dan masyarakat terhadap nilai dan norma yang sudah ada

c) Situasi dimana khalayak berada

Terciptanya komunikasi yang efektif tentu dalam prosesnya seorang komunikator dan komunikan harus mempunyai kepentingan yang sama terutama pada pesan, metode, dan media.

2. Menyusun Pesan

Menyusun pesan bermakna menetapkan tema atau materi yang akan disampaikan kepada khalayak dan harus dibuat semenarik mungkin. Syarat yang dapat mempengaruhi audiens dari pesan tersebut yaitu mampu menarik perhatian. Membangkitkan perhatian audiens terhadap pesan-pesan yang disampaikan merupakan syarat untuk mempengaruhi audiens. Penyusunan pesan disesuaikan dengan istilah AIDDA (*Attention, Interest, Desire, Decision, dan Action*). Artinya dimulai dengan menarik perhatian (*Attention*), setelah itu menguatkan keinginan dan kepentingan khalayak (*Interest*), dengan demikian khalayak mempunyai hasrat (*Desire*), untuk menerima pesan yang disampaikan komunikator, kemudian pada akhirnya diambil keputusan (*Decision*) untuk menerapkannya dalam tindakan (*Action*) (Fajar, 2009: 93).

3. Menetapkan Metode

Penetapan metode dalam komunikasi mampu mempengaruhi proses penyampaian pesan dari komunikator terhadap komunikan. Terdapat dua aspek untuk melihat metode penyampaian yaitu: berdasarkan cara pelaksanaannya dapat diimplementasikan dalam bentuk metode *redundancy* dan metode *canalizing*. Sedangkan berdasarkan bentuk isi terdapat metode informasi, persuasi, edukasi dan paksaan.

a) Metode *redundancy*, yaitu mempengaruhi khalayak dengan mengulangi pesan yang disampaikan. Pesan yang diulang-ulang akan menarik perhatian audiens, sementara itu pesan

akan mudah diingat. Namun, meskipun demikian komunikator harus berhati-hati terhadap variasi pesan yang disampaikan dengan mengemasnya semenarik mungkin agar khalayak tidak bosan dalam pengulangan pesan tersebut.

- b) Metode *canalizing*, yaitu metode yang digunakan untuk mempengaruhi khalayak dengan mengenal khalayaknya terlebih dulu, kemudian mulailah menyampaikan pesan dan perlahan mengubah sikap dan pola pikir audiens ke arah yang dikehendaki (Fajar, 2009: 199-200).
- c) Metode informatif, yaitu mempengaruhi khalayak dengan menunjukkan penggunaan akal pikirannya, dan dapat dilakukan melalui pemberian keterangan, berita, penerangan, dan sebagainya.
- d) Metode edukatif, yaitu memberikan suatu ide atau pesan, pendapat dan pengalaman kepada khalayak berdasarkan fakta yang dapat dipercaya. Penyampaian pesan disusun secara sistematis dan terencana bertujuan mengubah perilaku khalayak ke arah yang dikehendaki.
- e) Metode persuasif, yaitu membujuk khalayak dengan cara mempengaruhinya. Baik pikiran ataupun perasaan khalayak.
- f) Metode koersif, yaitu sebuah metode yang bersifat memaksa dimana khalayak tidak diberikan kesempatan untuk berpikir dalam menerima maupun menolak pesan, gagasan yang disampaikan.

4. Pemilihan Media Komunikasi

Pemilihan media komunikasi dapat dilakukan dengan memilih salah satu atau kombinasi media bergantung pada tujuan yang ingin dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang digunakan, karena setiap media berbeda. Masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan (Fajar, 2009: 204).

Komunikasi yang efektif dapat tercipta apabila dalam pemilihan media komunikasinya tepat. Menurut Elizabeth Noelle-Neuman dalam Rakhmat (2011: 23) secara teknik media massa mempunyai empat tanda pokok komunikasi menggunakan media yaitu:

- a) Bersifat tidak langsung, artinya melalui media teknis (teknologi media).
- b) Bersifat satu arah, artinya tidak adanya interaksi antara peserta-peserta komunikasi.
- c) Bersifat terbuka, artinya ditujukan kepada khalayak secara luas dan anonim.
- d) Mempunyai publik yang secara geografis tersebar.

Seiring dengan banyaknya stasiun penyiaran, program acara yang dibuat harus mengarah pada pemilihan format siaran tertentu. Adapun strategi penyiaran yang ditinjau dari aspek manajemen strategis, yang terdiri dari:

1. Perencanaan program siaran

Perencanaan merupakan salah satu bagian penting karena dapat mempengaruhi siaran, dampak kuat dan besar bagi masyarakat pendengar. Perencanaan yang mapan membutuhkan data dan fakta lengkap dan terpercaya. Sebelum mengelola program acara perlu memperhatikan empat hal, yaitu: *product* yakni suatu produk atau *output* berupa program yang banyak disukai oleh pendengar, *price* yakni biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi maupun membeli program serta biaya yang akan dikenalkan kepada pemasang iklan, *place* artinya menentukan waktu siar yang tepat, *promotion* artinya bagaimana cara mempromosikan kepada khalayak mengenai suatu program sehingga mereka memiliki ketertarikan untuk mendengarkan program tersebut (Morissan, 2008: 281).

Terdapat tiga periode dalam perencanaan siaran yaitu:

- a. Siaran bulanan, dalam hal ini acara siaran akan disusun melalui garis besarnya saja, yakni berupa jenis program yang akan disirkan seperti program informasi, pendidikan, hiburan dan lain-lain. Jenis siaran ini ditentukan oleh *crew* siaran dalam sebuah pertemuan yang membahas tentang kesempurnaan produksi siaran.
- b. Siaran mingguan, merupakan uraian dari rencana siaran bulanan yang meliputi siaran selama tujuh hari, dengan mencantumkan judul, jenis, topik, dan penyelenggaranya. Dalam acara siaran mingguan juga mencantumkan nama-nama penyiar serta operator untuk setiap acara.
- c. Siaran harian, merupakan pegangan penyiar dan operator. Siaran harian disusun secara lengkap dan terperinci berupa pembukaan sampai penutup siaran. Perencanaan siaran harian tercantum judul acara, produser, jenis penyajian, nama penyiar dan operator hingga playlist lagu atau musik pada siaran (Effendi, 2006: 123-125).

2. Produksi dan pembelian program

Produksi siaran yaitu perpaduan antara wawasan, kreatifitas dan kemampuan menggunakan peralatan produksi. Program acara dapat diperoleh melalui pembelian program maupun memproduksinya sendiri (*in house production*). Pembelian suatu program dapat dilakukan apabila stasiun penyiaran tidak mempunyai peralatan yang layak untuk memproduksi program sendiri, tetapi memiliki ide atau gagasan untuk dikembangkan.

Berbagai ragam program siaran radio diantaranya yakni produksi siaran berita atau informasi, *jingle*, iklan, interaktif, *talk show*, info-hiburan (Masduki, 2004: 69).

3. Eksekusi program

Eksekusi program mencakup rencana yang telah ditetapkan sesuai dengan penayangan program acara. Menyusun program yang akan disiarkan merupakan bagian dari sebuah strategi penayangan program dan juga menentukan jadwal acara yang ditentukan berdasarkan perilaku audien, yaitu notasi kegiatan harian dan juga kebiasaannya dalam menonton televisi maupun mendengarkan radio.

Penataan acara dapat mengacu pada pembagian segmen berdasarkan stasiun di Amerika (Prayudha, 2005:44). yaitu:

- a) *Morning Drive* mulai pukul 05.00-10.00
- b) *Day Time* mulai pukul 10.00-15.00
- c) *Afternoon Drive* mulai pukul 15.00-19.00 atau 20.00
- d) *Night Time* mulai pukul 19.00 atau 20.00- tengah malam
- e) *Overnight* malam hari atau dini hari

Pembagian tersebut mengarah kepada perilaku masyarakat dalam meluangkan waktu untuk mendengarkan radio.

4. Pengawasan dan Evaluasi program

Proses pengawasan dan evaluasi dapat menentukan seberapa optimal dalam menjalankan rencana dan tujuan yang telah dilakukan oleh stasiun penyiaran, departemen dan karyawan. Manajer wajib melakukan hal-hal sebagai berikut dalam proses pengawasan program diantaranya:

- a. Menetapkan standar program penyiaran pada stasiun radio.
- b. Melakukan pengawasan terhadap seluruh isi program acara agar sesuai dengan standar stasiun dan peraturan perundangan yang berlaku.
- c. Menyediakan catatan (*record*) program acara yang disiarkan.
- d. Mengarahkan serta mengawasi kegiatan staf atau karyawan departemen program.

- e. Meyakinkan kontrak stasiun yang telah dibuat.
- f. Mengontrol biaya atau pengeluaran program tidak melebihi jumlah yang telah ditargetkan.

Menurut Ruslan (2003: 8) terdapat empat jenis hambatan yang dapat mengganggu proses komunikasi, antara lain:

1. Hambatan dalam Proses Penyampaian (*Process Barrier*)

Hambatan dalam proses ini bisa datang dari pihak komunikator yang kesulitan ketika menyampaikan pesan, tidak menguasai materi, ataupun belum mempunyai keahlian dalam berkomunikasi. Hambatan ini juga dapat berasal dari komunikan (*receiver barrier*) sebab sulit dalam memahami pesan dengan baik.

Hal tersebut disebabkan oleh rendahkan tingkat pendidikan, penguasaan bahasa, intelektual dan lainnya yang ada dalam diri komunikan. Kegagalan dalam komunikasi dapat juga disebabkan oleh *feedback* yang tidak tercapai, media yang digunakan tidak sesuai dan *decoding barrier* (hambatan untuk memahami pesan dengan cepat).

2. Hambatan secara Fisik (*Physical Barrier*)

Hambatan secara fisik ini dapat disebabkan karena pendengaran yang kurang tajam dan terdapat gangguan pada sistem peneras suara yang terjadi ketika kuliah, seminar, ataupun pertemuan lainnya. Hal ini membuat pesan yang disampaikan kepada komunikan tidak efektif.

3. Hambatan Semantik (*Semantik Barrier*)

Hambatan semantik ini dapat terjadi apabila terdapat perbedaan pengertian dan pemahaman antara komunikator dengan komunikan. Mungkin saja bahasa yang disampaikan terlalu formal, sehingga menyulitkan komunikan yang tingkat

pengetahuan dan pemahaman bahasa teknisnya kurang, ataupun sebaliknya.

4. Hambatan Psikososial (*Psychosocial Barrier*)

Hambatan psikososial ini dapat terjadi akibat perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat istiadat, persepsi, serta nilai yang dianut oleh kedua belah pihak antara komunikator dan komunikan yang memang kebutuhan serta harapan-harapannya sudah berbeda (Ruslan, 2003: 8).

B. Radio

1. Pengertian Radio

Radio merupakan teknologi yang digunakan untuk mengirimkan sinyal dengan cara radiasi elektromagnetik dan modulasi (proses perubahan gelombang periodik menjadi sinyal dan mampu membawa informasi). Dengan demikian, istilah radio tidak hanya mengacu pada bentuk fisiknya, akan tetapi antara bentuk materi dengan aktivitas radio yang terhubung, keduanya tidak dapat dipisahkan atau dirinci secara fisik, oleh sebab itu yang dimaksud radio adalah keseluruhan pemancar, studio, dan pesawat penerima sekaligus (Romli, 2016: 77).

Selanjutnya, menurut Santi (2008: 5) radio merupakan manifestasi dari perkembangan teknologi yang mampu mengirimkan suara secara bersamaan melalui gelombang radio di udara.

Sedangkan menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* radio adalah siaran (pengiriman) suara atau bunyi melalui udara. Radio merupakan media penyiaran demikian itu, segala sesuatu dapat disiarkan melalui radio seperti berita, musik, dakwah dan lainnya yang dapat didengar oleh masyarakat.

Radio siaran (*broadcasting radio*) adalah salah satu jenis media massa, berupa sarana komunikasi seperti halnya surat kabar, majalah, maupun televisi dengan ciri khas utamanya yaitu bersifat

auditif artinya hanya bisa dikonsumsi oleh pendengaran (Romli, 2004: 19). Siaran radio mengandalkan frekuensi sinyal yang terletak pada FM (*Frequency Modulation*) atau AM (*Amplitudo Modulation*). Perbedaannya, apabila sinyal FM memungkinkan siaran tidak hanya stereo, tetapi ketetapan dan ketajaman yang lebih baik karena pita suara lebih lebar dibandingkan sinyal AM yang lebih sempit mengakibatkan khalayak lebih tertarik mendengarkan siaran pada frekuensi FM (Tamburaka, 2013: 56).

Radio siaran biasanya memuat informasi/ berita, pesan-pesan, musik, dan lainnya yang tersusun atau sudah terencana menjadi suatu program acara yang siap untuk didengarkan khalayak. Di sini, suara penyiar yang merdu serta enak didengar adalah salah satu kewajiban yang mesti dimiliki oleh stasiun radio (Triartanto, 2010: 30-31).

2. Karakteristik Radio

Radio dapat mencapai audiens dengan jangkauan yang luas dalam waktu bersamaan. Dengan demikian, radio mempunyai potensi besar dalam menyebarkan informasi secara cepat dibandingkan dengan media massa lainnya. Radio memiliki karakteristik yang khas (Riswandi, 2009: 3) yaitu:

- a) Imajinatif, karena hanya alat indera pendengaran yang digunakan oleh khalayak, maka pesan radio dapat memunculkan daya imajinasi audiens pendengarnya melalui kekuatan audio.
- b) Auditori, auditori ini muncul sebagai konsekuensi radio yang hanya bisa didengar. Pesan yang disampaikan hanya selintas, khalayak hanya memiliki satu kesempatan untuk menerima pesan dan memahami pesan yang disampaikan. Karena kemampuan mendengar manusia itu terbatas, maka pesan radio harus disusun secara singkat dan jelas.

- c) Akrab/ intim, pada umumnya masyarakat secara umum ketika mendengarkan radio sambil melakukan aktivitas dan jarang mendengarkan acara siaran radio secara khusus. Dengan demikian, seorang penyiar harus bisa seolah-olah menemani pendengar dan bisa menjalin keakraban seperti berinteraksi langsung serta cekatan dalam menyajikan acara-acara yang beragam, mulai dari acara yang informatif sampai menyuguhkan hiburan.
- d) Identik dengan musik, radio adalah sarana hiburan tercepat dan termurah, sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik.
- e) Bersifat global, dalam artian bahwa berbagai data dan fakta yang disajikan sebagai pelengkap informasi disusun dengan ringkas, tidak rinci dan rumit, serta mudah dipahami oleh khalayak.

3. Kelebihan dan Kelemahan Radio

Keberadaan radio di masa sekarang masih dicari. Peralnya radio memiliki kelebihan dan kelemahan tersendiri dibandingkan dengan media massa lainnya. Adapun kelebihan dan kelemahan radio (Romli, 2007: 29-30) yaitu:

- a. Kelebihan radio
 - 1) Cepat dan langsung, jika dibandingkan dengan media massa seperti televisi dan koran, radio lebih cepat dalam menyampaikan informasi tanpa melalui proses panjang seperti siaran televisi. Hanya melalui telepon, reporter radio bisa secara langsung menyampaikan berita atau melaporkan peristiwa yang terjadi.
 - 2) Hangat, perpaduan antara kata-kata, musik dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengarnya. Khalayak akan bereaksi atas kehangatan dan

kelembutan suara penyiar dan sering kali berpikir bahwa penyiar adalah seorang teman.

- 3) Murah, Dibandingkan dengan televisi atau media cetak, radio memiliki nilai ekonomis. Pendengar tidak dipungut biaya untuk mendengarkan serta tidak membutuhkan sumber listrik karena dapat menggunakan baterai kering.
- 4) Fleksibel, Siaran radio dapat dinikmati bersamaan dengan melakukan kegiatan lain tanpa terganggu, seperti: mengemudi, belajar, memasak, membaca koran, dan lain sebagainya.

b. Kelemahan radio

- 1) Sekilas, Siaran radio cepat hilang dan mudah dilupakan, apalagi jika tidak fokus mendengarkannya. Disini pendengar hanya memiliki satu kali kesempatan untuk menerima dan memahami pesan yang disampaikan.
- 2) Batasan waktu, dimana siaran radio diatur oleh jadwal dengan waktus hanya 24 jam. Serta siaran beralur linier, jadi program yang disiarkan radio berdasarkan pada jadwal yang telah ditentukan. Pendengar hanya bisa menikmati siaran berdasarkan urutan program yang sudah ada.
- 3) Mengandung Gangguan, artinya radio menggunakan gelombang sebagai perantara sinyal, maka gelombang yang merambat melalui udara dapat memiliki gangguan tergantung dengan cuaca atau kondisi alam. Selain itu terdapat faktor lain yang bisa mengganggu siaran radio yaitu adanya gangguan teknis atau tidak jernih (Romli, 2004: 25).

4. Karakteristik Pendengar Radio

Karakteristik pendengar radio perlu diketahui oleh kru radio, terlebih program director dan penyiar. Dengan demikian, program yang disusun dan disiarkan akan disesuaikan dengan karakteristik ini.

- 1) Heterogen, khalayak pendengar radio terdiri dari orang-orang yang berbeda usia, suku, ras, agama, kedudukan sosial, latar belakang sosial-politik-budaya, serta kepentingan.
- 2) Pribadi, artinya orang yang mendengarkan radio adalah individu masing-masing, bukan tim atau organisasi. Sebab, komunikasi yang terjalin bersifat interpersonal, yaitu penyiar dengan pendengar dengan gaya berbicara yang akrab seolah-olah sedang berbicara kepada satu orang saat siaran.
- 3) Aktif, maksudnya khalayak pendengar radio tetap berpikir, dapat melakukan interpretasi, dan menilai apa yang didengarkan dalam siaran radio.
- 4) Selektif. Pendengar radio dapat memilih frekuensi, gelombang, maupun stasiun radio mana saja yang mereka inginkan. Penyiar tidak dapat memaksa pendengar untuk tetap berada pada gelombang yang sama disetiap saat (Romli, 2009).

C. Program Siaran Radio

1. Pengertian Program Siaran

Apabila dilihat kata “program” berasal dari bahasa Inggris yaitu *programme* atau *program* yang artinya acara atau rencana. Di Indonesia, kata “program” lebih sering digunakan di dalam dunia penyiaran dibanding dengan kata “siaran” untuk mengarahkan pada pengertian acara. Program merupakan segala sesuatu yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya. Demikian itu, program dapat dikatakan sebagai produk yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga ia mau untuk mengikutinya (Morissan, 2013: 210).

Pengertian program dalam ruang lingkup *broadcasting* merupakan sebuah acara atau sajian paket yang berisi rangkaian pesan dan dikemas dalam bentuk kata-kata yang terucap serta tertulis, gambar statis dan bergerak, efek suara, lagu serta cahaya

yang mempunyai tujuan untuk disuguhkan atau disampaikan kepada audiens melalui media elektronik baik radio maupun televisi. Dalam radio siaran, bentuk programnya hanya berisi kata-kata dari penyiar/ narator/ reporter/ narasumber, efek suara, lagu serta musik yang dikemas sedemikian rupa agar khalayak tertarik untuk mendengarkan (Tiartanto, 2010: 99).

2. Jenis-jenis Program Radio

Program siaran radio secara umum terdiri dari dua jenis, yakni informasi dan musik. Program tersebut dikemas secara variatif dengan tetap memperhatikan kebutuhan khalayak dalam hal informasi ataupun musik (Morissan, 2013: 234). Jenis-jenis program siaran radio pada bagian ini yaitu sebagai berikut:

a) Produksi berita radio dan informasi

Berita radio adalah informasi dari sebuah peristiwa atau kejadian yang penting dan menarik. Dalam berita radio dapat dikemas dengan dua model yaitu secara langsung (*live report*) maupun tunda. Siaran langsung yakni reporter melaporkan peristiwa secara langsung dari tempat kejadian. Sedangkan siaran tunda yaitu dilakukan ketika reporter sudah mendapatkan fakta dari lapangan kemudian diserahkan ke studio untuk diolah terlebih dulu. Informasi yang diperoleh tersebut bisa dikemas menjadi berita langsung (*straight news*) ataupun berita *feature* (Morissan, 2013: 236).

b) Musik

Salah satu fungsi radio adalah sebagai hiburan, musik menjadi program utama diberbagai stasiun radio, kecuali radio khusus berita. Program ini dapat dikombinasikan menjadi sebuah acara yang berisi pemutaran lagu sesuai pilihan pendengar (*request*), paduan lagu-lagu serta informasi ringan, tangga lagu (*top hits*), kuis dan lain sebagainya.

c) Perbincangan (*talk show*)

Program *talk show* pada hakikatnya merupakan perpaduan antara seni berbicara dan seni wawancara. Dalam program ini biasanya mendatangkan narasumber guna membahas sebuah topik yang sedang hangat untuk diperbincangkan. Program ini mempunyai variasi yaitu mengundang pendengar untuk menyampaikan opini dengan topik khusus melalui telepon (*phone-in*), atau program yang sifatnya terbuka (*open-line phone-in*) pendengar memiliki kebebasan untuk berbicara. Dalam diskusi ini penyiar bertindak sebagai moderator yang mengatur jalannya pembicaraan (Romli, 2007: 106-110).

d) Dakwah/ Religi

Program dakwah/ religi yaitu program yang memuat tentang siaran ajaran keagamaan. Oleh sebab itu, seorang *da'i* atau penyiar harus benar-benar menguasai dan mendalami materi yang disampaikan kepada khalayak (Triartanto, 2010: 52).

e) Jingle radio

Jingle atau *radio air promo* merupakan kalimat yang dikemas dalam alunan nada yang merdu, sehingga mudah melekat diingatan pendengar. Jingle radio memiliki tiga jenis, yaitu: *pertama*, jingle untuk station radio; *kedua*, jingle untuk acara radio; *ketiga*, jingle yang diperuntukkan penyiar radio. Pada umumnya durasi jingle radio yakni antara 5 sampai 15 detik (Morissan, 2013: 238-239).

D. Konsep Radio Sebagai Media Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah menurut bahasa berasal dari bahasa Arab, dakwah berbentuk “isim masdar” yang berasal dari *fiil* (kata kerja) “da’a” (دعا) “yad’u” (يدعو) “da’watan” (دعوة) yang artinya memanggil, mengajak atau menyeru (Hasan, 2013: 8). Secara terminologi para

ahli telah memberikan pengertian dakwah sesuai dengan pandangan mereka masing-masing, diantaranya:

- a) Toha Yahya Umar dalam Hasan (2013: 10) mendefinisikan dakwah sebagai aktivitas mengajak umat manusia dengan cara bijaksana sesuai dengan ajaran yang sudah dibawakan oleh nabi terdahulu untuk keselamatan di dunia dan akhirat.
- b) Arifin mengartikan dakwah sebagai suatu kegiatan mengajak, membujuk dalam kebaikan dengan cara lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan dengan sadar untuk mempengaruhi individu maupun kelompok sehingga timbul dalam dirinya suatu pengertian, penghayatan, kesadaran, sikap, serta pengamalan terhadap nilai-nilai agama sebagai pesan yang diberikan tanpa adanya paksaan (Amin, 2009: 4).
- c) Quraish Shihab berpendapat dakwah merupakan sebuah ajakan atau seruan kepada keinsyafan atau merubah situasi dan keadaan menjadi lebih baik terhadap sesama di kehidupan bermasyarakat (Shihab, 1994: 194).
- d) Muhammad Natsir menyatakan dakwah yaitu menyeru dan menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia tentang pengetahuan dan tujuan hidup di dunia ini yang meliputi *amar ma'ruf nahi munkar* dengan berbagai macam cara dan alat yang digunakan. Serta diharapkan dapat menuntun pengalamannya dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara (Muriah, 2000: 3).

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa dakwah merupakan sebuah ajakan, seruan, maupun kegiatan menyampaikan ajaran Islam untuk membujuk umat manusia menuju jalan Allah SWT dengan menjalankan syari'at-Nya serta mengajak dalam hal kebaikan dan menjahui kemungkaran dengan tujuan memperoleh keselamatan di dunia dan akhirat.

2. Macam-macam Format Siaran Dakwah

Radio sebagai media dakwah memiliki macam-macam format siaran dakwah, dalam prosesnya tentu pengelola radio memiliki acuan format atau bentuk untuk kelangsungan dalam melakukan siaran dakwah (Jaziroh, 2009: 51). Format tersebut diantaranya yaitu:

a) Format dakwah monologis

Dalam format ini seorang dai mengemas siarannya dalam bentuk ceramah yang isinya mengambil sumber dari Al-Quran dan hadits, kemudian disesuaikan dengan tema keagamaan yang sudah ditentukan.

b) Format dakwah dialogis

Format siaran ini dikemas dengan menghadirkan da'i yang dipandu oleh moderator, dalam siarannya berbentuk dialog secara langsung kepada narasumber yang membahas tentang keislaman.

c) Format dakwah dialog interaktif

Format siaran dapat dipresentasikan dengan cara menghadirkan dai kemudian memberikan materi dakwah serta menyertakan pendengarnya dengan cara sms atau telephone untuk mengajukan pertanyaan mengenai suatu permasalahan yang dibahas kepada dai, setelah itu dai menjawab pertanyaan yang diajukan tersebut.

d) Format dakwah pengajian akbar

Format ini selain bertujuan sebagai pendidikan khususnya dalam bidang spiritual, juga bertujuan untuk mengembangkan dan menanamkan rasa sosial di tengah masyarakat melalui tuturan nasehat maupun cerita islami yang dapat diambil pembelajarannya.

e) Format dakwah musik islami

Format dakwah musik islami yaitu memutarakan lagu-lagu yang bernuansa islami (qasidah, nasyid, atau lagu yang berisi tentang syair-syair Islam).

f) Format dakwah dalam bentuk motivasi

Format ini dikemas sebagai acara khusus dengan cara memberikan “kata mutiara hikmah” yang apat diambil dari hadits tentang kisah teladan para nabi terdahulu (Jaziroh, 2009: 51).

Format adalah bentuk penyajian yang sudah direncanakan sedemikian rupa sesuai dengan karakteristik stasiun radionya. Ketika terjadi kesalahan dalam pengambilan keputusan dapat menyebabkan penataan ulang program yang sudah ada.

3. Radio Sebagai Media Dakwah

Kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan bermacam-macam cara dan media atau alat yang digunakan. Media sendiri merupakan alat fisik yang dapat digunakan untuk menjelaskan isi dari sebuah pesan atau pembelajaran, seperti film, buku, kaset, video dan lainnya (Munir, 2009: 113). Media yang dapat digunakan untuk menyampaikan materi dakwah yaitu radio. Radio sebagai media atau alat yang digunakan untuk berdakwah menurut Syukir (1983: 163) merupakan tempat, sarana, atau alat yang digunakan dalam proses penyampaian materi dakwah (ajaran islam) kepada *mad'u* (penerima dakwah). Dalam arti sempit, media dakwah dapat dikatakan sebagai alat bantu untuk berdakwah. Dengan demikian, media dakwah memiliki peranan untuk menunjang tercapainya tujuan dakwah. Namun sebagai sistem dakwah, media tidak hanya berperan sebagai alat bantu, tetapi juga menjadi unsur dakwah yang memiliki peran dan kedudukan sama dengan komponen lainnya seperti objek dakwah, subjek dakwah, metode dakwah dan materi dakwah.

Radio sebagai media yang efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak karena jangkauannya yang luas. Selain itu, penyampaian dakwah yang dilakukan melalui radio bisa diterima untuk semua kalangan. Kelebihan media radio sebagai tempat dakwah terdapat pada efektifitas dan efisiensinya dalam proses berdakwah. Hal tersebut dapat dilihat dari bentuknya yang *simple* yang tidak mengharuskan bertemu atau bertatap muka antara da'i dan mad'u secara langsung (Ghazali, 1997: 37).

BAB III

GAMBARAN UMUM TENTANG RADIO PAS 101 FM PATI

A. Sejarah Radio PAS FM Pati

Radio PAS FM Pati berawal dari ide pendiri Radio Pati Adi Suara (PAS FM Pati) yakni H. Ahmad Cholidi pada tahun 2000. Asal mula gagasan pendirian radio karena melihat beberapa hal, diantaranya yaitu belum adanya stasiun radio di Kabupaten Pati yang dalam penyiarannya mengutamakan berita dan informasi yang bersifat lokal, selain itu juga sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat untuk memberikan informasi dari berbagai macam aspek kehidupan supaya masyarakat dapat bertambah wawasannya. Hadirnya Radio PAS FM Pati diharapkan dapat membantu memecahkan masalah kehidupan dengan cara menampung keluhan masyarakat yang kemudian dicarikan solusinya kepada pihak terkait. Kehadiran Radio PAS FM Pati juga diharapkan dapat memberikan hiburan agar masyarakat dapat menggunakan waktunya secara positif, sehingga terciptanya kehidupan yang damai dan sejahtera.

Pendirian radio ini pun membutuhkan proses yang cukup lama, pada tahun 2002 Radio pas 101 FM Pati mendapatkan izin siar tetap No.0041604-000SU202002 dengan frekuensi 105.4 Mhz. Namun pada tahun 2004 sesuai dengan SK Dirjen Postel No. 15A/DIRJEN/2004 tentang Ketentuan Pelaksanaan Pengalihan Kanal Frekuensi Radio, maka frekuensi Radio PAS FM Pati berpindah dari 105.4 Mhz berubah menjadi 101 Mhz. Dulu studio Radio PAS FM ini berada di jalan Kolonel Sunandar No. 117 kompleks Stadion Joyokusumo Padi. Akan tetapi, di bulan Januari tahun 2006 berpindah tempat di jalan Raya Pati-Kudus Km-3 Pati karena letaknya yang strategis yaitu berada dipusat kota sehingga mudah dikunjungi masyarakat Kabupaten Pati dan sekitarnya. Radius Jangkauan Radio PAS 101 FM Pati yakni meliputi wilayah Pati, Rembang, Kudus, Blora, dan Grobogan (Arsip Radio PAS 101 FM Pati).

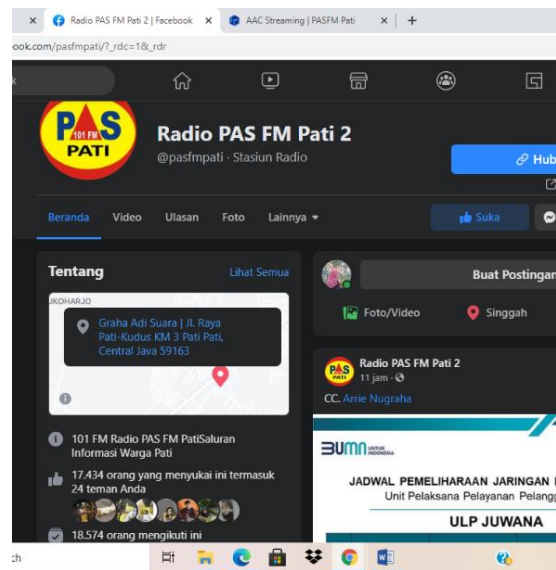
B. Profil Radio PAS FM Pati

Berikut adalah identitas Radio PAS 101 FM Pati

Badan Penyelenggara	: PT. Radio Pati Adi Suara
Alamat	: Jalan Raya Pati-Kudus Km-3 Pati, Desa Sukoharjo, Kecamatan Margorejo, Kabupaten Pati. 59163
Nama Station	: PAS FM Pati
Tanggal didirikan	: 28 Februari 2000
Akte Notaris	: Zaenur Rohman, SH
SIUP	: 510.41/150/11-05/PK/II/2011
HO	: 503/AJ3/2015
NPWP	: 01.835.998.4.505.000
IPP	: No. 810 Tahun 2016-2021 (5 tahun)
ISR Pemancar	: 01016276-000SU/20032014
ISR SLT	: 081330019-000SU/2620152020
Frekuensi	: 101 MHz
Slogan	: Saluran Informasi Warga Pati
Jumlah Karyawan	: 13 orang
Daya Pancar	: 2000 watt
Jam Siaran	: 24 jam
Telepon/ Fax	: 0295-385877/ 384450
SMS	: 085277999101
E-mail	: pasfmpati@gmail.com
Website	: www.pasfmpati.com

Facebook

: Radio PAS FM Pati 2



Gambar 1.1 Beranda Facebook

Twitter

: @paspati



Gambar 1.2 Twitter

Logo :



Gambar 1.3 Logo PAS FM

Prestasi :

1. Anugerah kepenyiaran KPID Jawa Tengah untuk kategori Lembaga Penyiaran Swasta terbaik di Jawa Tengah, tahun 2021.
2. Juara lomba feature yang diadakan BBC London oleh wartawan Radio PAS FM Pati (Agus Pambudi) dengan karyanya yang berjudul “Rempeyek Walayang sebagai Makanan Ringan”, tahun 2003.
3. Setiap 2 tahun sekali selalu diundang VOA Indonesia untuk menghadiri Conferensi Affiliates VOA dari seluruh Indonesia (Wawancara dengan Erna, 14 Juli 2021).

C. Visi, Misi dan Tujuan Radio PAS FM Pati

Visi dan misi merupakan pedoman untuk melaksanakan tujuan yang ingin dicapai. Adapun visi misi dan tujuan Radio PAS FM Pati yaitu:

1. Visi Radio PAS FM Pati

Mewujudkan Radio PAS (Pati Adi Suara) sebagai sarana komunikasi publik yang cerdas.

2. Misi Radio PAS FM Pati

- a) Menyajikan informasi dan hiburan yang actual.
- b) Menjalin komunikasi usaha dengan produk atau jasa yang berkualitas.
- c) Perusahaan yang mampu memberikan keuntungan bagi semua pihak sesuai peran.
- d) Perusahaan yang keberadannya memberikan nilai tambah terhadap lingkungan sekitar.

3. Tujuan Radio PAS FM Pati

Keberadaan Radio PAS 101 FM Pati didirikan dengan maksud mencerdaskan masyarakat di Kabupaten Pati dengan memberikan edukasi, informasi dan hiburan yang mendidik. Serta bertujuan untuk meningkatkan wawasan masyarakat dengan cara memberikan informasi lokal, nasional maupun internasional (Arsip Radio PAS 101 FM Pati).

D. Struktur Organisasi dan *Job Description* Radio PAS FM Pati

1. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dalam setiap perusahaan berguna untuk menjalankan tugas serta wewenang dari masing-masing jabatan. Adapun struktur organisasi Radio PAS FM Pati adalah:

Direktur	: Ahmad Cholidi, S.Pd.I
Sekretaris & Administrasi	: Jauharatun Nihayati
Station Manager	: Fitria Fatkun Ni'mah, S.Pi
Program Director	: Rasyida Iriana Solihah, S.Sos
Musik & Produksi	: Haryanto Aldi
Administrasi Siaran	: Amelia Sulkhan, S.Sos
Announcer	: Ari, Amel, Erna, Ernawati
News Director	: Agus Pambudi

Reporter	: Agus Pambudi, All Penyiar
Teknik	: Luluk Setyo, S.kom
Keuangan	: Fitria Fatkun Ni'mah, S.Pi
Marketing	: Zaenal Arifin, S.Pd.
Kasir	: Niha

2. *Job Description*

b. Direktur

Bertanggung jawab dalam memimpin, merencanakan, mengarahkan dan mengendalikan seluruh kegiatan PT. Radio Pati Adi Suara. Memberikan pelayanan yang optimal terhadap masyarakat pendengar serta memperoleh keuntungan perusahaan semaksimal mungkin.

c. Station Manager

1) Bertanggung jawab dalam pengelolaan dan pengembangan program Radio PAS FM Pati secara efektif dan efisien yang sejalan dengan tujuan perusahaan, guna meningkatkan jumlah pendengar serta mencapai target keuangan. Selain itu, bertanggung jawab dalam pengembangan teknologi keradioan serta pengadaan peralatan teknik studio siaran dan studio rekaman.

2) Bertanggung jawab terhadap pengelolaan dan pengembangan pemasaran program acara, serta pengembangan citra Radio PAS FM Pati sesuai dengan target yang telah ditetapkan perusahaan.

d. Program Director

Bertanggung jawab dalam mengelola dan mengendalikan seluruh kegiatan siaran program acara Radio PAS FM Pati sesuai dengan standar penyiaran.

e. News Director

- 1) Membuat rencana kegiatan dan menyusun jadwal *traffic report*
- 2) Meliput kejadian aktual

- 3) Merevisi dan mengedit berita sesuai dengan kode etik jurnalistik.
- f. Teknik & Produksi
- 1) Bertanggung jawab dengan peralatan. Baik peralatan siaran ataupun peralatan kantor apabila terjadi kerusakan
 - 2) Membuat rencana pengembangan dan pengadaan peralatan
 - 3) Membuat produksi iklan dan materi lainnya sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.
- g. Announcer
- Bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas, yaitu dalam membawakan siaran program acara Radio PAS FM Pati baik siaran langsung (*on air*) maupun rekaman sesuai jadwal yang telah ditetapkan dan sesuai dengan SOP yang ada.
- h. Administrasi & Keuangan
- 1) Bertanggung jawab terhadap surat menyurat baik itu surat masuk dan keluar
 - 2) Membuat laporan keuangan harian, *cash flow*, rugi laba dan pendapatan
 - 3) Bertanggung jawab dalam tugas menjaga bukti transaksi keuangan
 - 4) Melakukan penagihan pembayaran iklan.
- i. Marketing
- 1) Bertanggung jawab terhadap pendapatan iklan dengan cara mencari klien dan melakukan kunjungan rutin ke klien
 - 2) Membuat laporan kunjungan dan atau iklan yang masuk setiap minggunya.
- j. Bagian Umum
- 1) Menjaga keamanan dan inventaris yang ada di kantor
 - 2) Menjaga kebersihan kantor
 - 3) Mengantar surat
 - 4) Bertanggung jawab terhadap tugas yang diamanatkan.

E. Segmentasi Target

Radio PAS 101 FM Pati merupakan radio dengan format siaran informasi dan hiburan sekaligus dakwah. Dalam cakupan siarannya pun dapat dinikmati berbagai lapisan masyarakat, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, maupun orang tua. Kabupaten Pati sendiri merupakan satu dari 35 kabupaten/ kota di Provinsi Jawa Tengah yang letaknya cukup strategis yang menghubungkan kota-kota besar di pantai utara Pulau Jawa seperti Surabaya, Semarang, dan Jakarta. Secara geografis Kabupaten Pati terletak pada posisi 1100, 15'-1110, 15' BT dan 60, 25'-70, 00' LS, dengan luas wilayah sebesar 150.368 ha.

Berikut adalah pengelompokan segmentasi target berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin, status ekonomi sosial, pendidikan terakhir dan pekerjaan.

1. Kelompok usia:

<15 tahun	: 5 %
15 tahun s/d 19 tahun	: 5%
20 tahun s/d 24 tahun	: 10%
25 tahun s/d 29 tahun	: 15 %
30 tahun s/d 34 tahun	: 15%
35 tahun s/d 39 tahun	: 15%
40 tahun s/d 50 tahun	: 20%
>50 tahun	: 15%

2. Jenis Kelamin:

Pria	: 55%
Wanita	: 45%

3. Status Ekonomi Sosial:

>300.000	: 25%
2.000.001-3.000.000	: 35%
1.000.001-2.000.000	: 20%
7.000.001-1.000.000	: 15%
500.001-700.000	: 5%

4. Pendidikan Terakhir:

Tidak tamat SD	: 5%
Tamat SD	: 10%
Tamat SLTP	: 20%
Tamat SLTA	: 30%
Akademi	: 20%
Perguruan Tinggi	: 15%

5. Pekerjaan:

PNS/TNI/POLRI	: 20%
Pegawai Swasta	: 20%
Wiraswasta	: 10%
Pensiunan	: 15%
Pelajar	: 5%
Mahasiswa	: 10%
Ibu Rumah Tangga	: 15%
Lainnya	: 5%

(Sumber: Dokumentasi Radio PAS FM Pati)

Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk di Kabupaten Pati dari tahun ke tahun, maka segmentasi pertumbuhan target diharapkan setiap tahunnya ada kenaikan baik itu pendengar lokal maupun pendengar dari luar daerah Pati. Mengingat di masa sekarang ini mendengarkan radio tidak terbatas oleh tempat, ruang dan waktu karena radio dapat didengarkan dimana saja. Salah satunya Radio PAS FM Pati yang siarannya dapat dinikmati melalui streaming melalui *website* maupun aplikasi yang dapat diunduh di *playstore*.

F. Program Radio PAS FM Pati

1. Siaran Harian

Siaran harian disusun secara lengkap dan terperinci mulai dari pembukaan sampai penutup siaran. Berikut adalah siaran harian Radio PAS 101 FM Pati:

Tabel 1.1 Siaran Harian Radio PAS FM Pati

JAM	ACARA
00.00-01.00	Mutiara Hikmah: Minhajul Abidin
01.00-04.00	PAS Ronda Malam
05.00-06.00	Tafsir Al-Qur'an: KH. Kosim Nurseha
06.00-09.00	Kopi Pagi
09.00-10.00	Dunia Wanita
10.00-12.00	Campursari Mak Nyos
12.00-13.00	Mutiara Hikmah: KH. Asrory
13.00-15.00	Zona Qasidah
15.00-17.00	Zona Dangdut
17.00-17.30	Kajian Islami
17.30-19.00	SNADA (Snandung Lagu Dakwah)
19.00-20.00	PAS Request
20.00-21.00	SADIZ (Siaran Tunda)
21.00-22.00	Drama Radio
22.00-24.00	Golden Memories

(Sumber: Dokumentasi Radio PAS FM Pati)

2. Siaran Mingguan

Siaran mingguan mencakup acara siaran selama tujuh hari, mulai dari hari Minggu dan berakhir hari Sabtu. Siaran mingguan ini

merupakan penjabaran dari rencana siaran bulanan. Adapun siaran mingguan Radio PAS 101 FM Pati sebagai berikut:

Tabel 1.2 Siaran Mingguan Radio PAS FM Pati

HARI	JAM	ACARA
Minggu	05.00-07.00	Dialog: Targhib wa Tarhib
	10.00-12.00	Campursari Didi Kempot
	13.00-15.00	Karya Legenda Roma
	15.00-16.00	Dunia Anak: SIARAN TK
	17.00-17.30	Seni Baca Al-Qur'an
	22.00-24.00	Langgam Keroncong
	Senin	09.00-10.00
17.00-18.00		Dialog: Kitab Tanbihul Ghofilin
21.00-24.00		Golden Memories
Selasa	09.00-10.00	Dialog: Buah Hatiku
	17.00-18.00	Lentera Iman: KH. Abdul Hadi
	21.00-24.00	Iwan Fals Mania
Rabu	09.00-10.00	Dialog: Fiqih Ekonomi
	17.00-18.00	Lentera Iman: KH. Arsyad Muhammadun
	22.00-24.00	Slow Rock
Kamis	16.00-17.00	Dialog: Ruang Gizi
	17.00-18.00	Lentera Iman: KH. Abdul Hadi
	21.00-selesai	Wayang Kulit
Jumat	09.00-10.00	Dialog: Ruang Muslimah
	12.00-12.30	Sholat Jumat: Relay Masjid
	17.00-18.00	Dialog: Kitab Nailul Author
	22.00-24.00	Bala Dewa
Sabtu	05.00-06.00	Dialog: Manajemen Islam
	15.00-17.00	Karaoke Sore
	17.00-18.00	Dialog: Rubrik Sakinah

	20.00-22.00	Dialog: Polemik
	22.00-selesai	Kethoprak

(Sumber: Dokumentasi Radio PAS FM Pati)

3. Deskripsi Program Acara

a. Tafsir Qur'an

Program Tafsir Qur'an ini mengkaji dan menafsirkan surat-surat yang ada di dalam Al-Qur'an bersama KH. Kosim Nurseha. Program ini disiarkan setiap hari Senin sampai Kamis pukul 05.00-06.00 WIB.

b. Kopi Pagi

Kopi Pagi merupakan program acara yang menyajikan informasi terkini yang diperoleh melalui media cetak dan beberapa situs berita *online*. Selain itu, dalam acara Kopi Pagi juga menghadirkan informasi seputar lalu lintas dari wartawan, koresponden radio serta masyarakat. Selanjutnya, pada acara ini juga menyajikan informasi publik berupa info harga pasar kebutuhan pokok masyarakat (kepokmas) dari Disperindag Pati, info stok darah dari PMI Pati, serta melakukan wawancara untuk konfirmasi dan mendapatkan informasi.

Dalam program acara Kopi Pagi dapat mengajak pendengar untuk ikut berpartisipasi memberikan informasi dari wilayahnya masing-masing serta memberikan opini terkait pendapat mereka terhadap suatu permasalahan yang sedang hangat diberitakan. Program ini mengudara setiap hari pukul 06.00-09.00 WIB.

c. Dunia Wanita

Program acara Dunia Wanita ini berlangsung selama satu jam, pendengar disuguhkan lagu-lagu Indonesia lawas dan juga informasi menarik seputar dunia wanita. Diantaranya yaitu: kecantikan, kesehatan, karir, usaha, parenting, resep masakan, aneka tips dan lain sebagainya. Program Dunia Wanita disiarkan setiap hari pukul 09.00-10.00 WIB.

d. Campursari Mak Nyos

Program Campursari Mak Nyos dibuat untuk menemani aktifitas pendengar pada jam 10.00-12.00 siang dengan memutar lagu campursari. Di acara ini pendengar bisa ikut merequest/ memesan lagu yang disukainya melalui sambungan telepon (*on air*) atau titip salam melalui nomor Whatsapp radio. Program ini disiarkan setiap hari Senin-Sabtu pukul 10.00-12.00 WIB.

e. Mutiara Hikmah KH. Asrory

Mutiara Hikmah merupakan program yang menjadi teman istirahat siang pendengar setelah menjalankan ibadah sholat Dzuhur, audiens diajak untuk mendengarkan pengajian bersama KH. Asrory (alm) untuk belajar ilmu Tasawuf sekaligus menambah keimanan pendengar melalui acara ini. Program yang disiarkan berupa rekaman yang mengudara setiap hari kecuali hari Jumat dan Minggu pukul 12.00-13.00 WIB.

f. Zona Qasidah

Biasanya lagu-lagu religi selalu diputar setelah adzan, atau diputar pada hari besar Islam. Namun di Radio PAS lagu-lagu religi diputar setiap hari dengan durasi dua jam menemani aktifitas atau istirahat siang para pendengar. Selain memutar lagu-lagu bernafaskan islami, penyiar juga menyisipkan informasi seputar keagamaan agar pendengar tidak sekadar mendapatkan hiburan, namun juga mendapatkan tambahan informasi seputar keagamaan. Program ini disiarkan setiap hari Senin-Sabtu pukul 13.00-15.00 WIB.

g. Zona Dangdut

Program Zona Dangdut dihadirkan untuk menemani pendengar di waktu sore yang merupakan waktu santai. Agar suasana menjadi semakin santai, penyiar memutar lantunan lagu-lagu dangdut pilihan pendengar mulai dari dangdut lama

hingga dangdut terbaru. Selain itu, pendengar juga mendapatkan informasi-informasi ringan disetiap menit ketiga puluh. Program ini mengudara setiap hari Senin-Jumat pukul 15.00-17.00 WIB.

h. Kajian Islami

Kajian Islami merupakan program acara yang disiarkan sembari menunggu adzan magrib berkumandang. Radio PAS menghadirkan program Kajian Islami ini baik secara *off air* (rekaman) maupun *on air* (dialog interaktif). Dengan harapan semakin banyaknya masyarakat yang belajar ilmu agama bersama para kyai lokal yang ada di wilayah Kabupaten Pati. Program Kajian Islami ini disiarkan setiap hari Senin-Jumat pukul 17.00-17.30 WIB (Wawancara dengan Erna, 14 Juli 2021).

4. Komposisi Siaran:

Berita	: 15%
Penerangan/ informasi	: 10%
Pendidikan dan kebudayaan	: 9%
Agama	: 13%
Olahraga	: 1%
Hiburan dan musik	: 32%
Iklan	: 18%
Acara penunjang/ layanan masyarakat	: 2%

5. Komposisi Musik:

Pop Indonesia	: 40%
Barat	: 5%
Dangdut	: 25%
Tradisional/ daerah	: 13%
Keroncong	: 2%
Musik lainnya (Qasidah, religi)	: 15%

6. Format Berita:

Internasional	: BBC London VOA Washington
---------------	--------------------------------

Nasional : Kantor Berita Radio (KBR)
68 H Jakarta

Lokal : Reporter PAS FM

7. Sumber Materi Siaran

In house production : 14%

Akuisis : 74%

Kerjasama : 12%

Sumber utamanya berasal dari buku, koran, majalah, internet, media *online*, kerjasama dengan lembaga pemerintahan/ swasta, personal, dan lain sebagainya.

8. Bentuk Materi siaran

Bentuk materi setiap siaran berupa naskah/ script siar untuk siaran dan dialog interaktif. Alat perekam untuk melakukan wawancara dengan narasumber, relay dan playlist. Dalam melakukan aktivitas kepenyiaran, bentuk fisik materi setiap siaran berupa bumper in/ out, jingle, musik atau lagu, sound effect, backsound, topik serta materi kata (Arsip Radio PAS 101 FM Pati).

G. Program Siaran Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati

Qasidah merupakan salah satu jenis musik tradisional yang telah tersebar di tengah masyarakat Indonesia terutama yang beragama islam. Secara historis, qasidah pertama kali ditampilkan oleh kaum Anshar yaitu penolong Nabi Muhammad SAW dan sahabat-sahabatnya dari kaum Muhajirin dalam perjalanannya hijrah dari Makkah ke Madinah. Dahulu, beberapa kaum Anshar menyambut kedatangan Nabi Muhammad SAW dengan menyanyikan lagu-lagu pujian yang diiringi dengan lantunan musik rebana. Lagu-lagu pujian pada saat itu pun melegenda dan masih ada hingga saat ini sebagai lagu klasik dan masih dapat dinikmati sampai sekarang.

Dalam Bahasa Arab, qasidah memiliki arti puisi, lagu, atau nyanyian. Selanjutnya qasidah juga dapat diartikan sebagai sebuah bentuk puisi, bersifat pujian (satire, keagamaan) yang biasanya dilagukan atau

dinyanyikan. Lagu dan musiknya mempunyai ciri tersendiri yaitu lagunya menggunakan syair-syair bertemakan agama Islam atau dakwah Islam. Instrumen yang dipakai dalam kesenian qasidah ini adalah alat yang dibuat dengan kayu dan kulit hewan yang dibentuk menjadi bulat, yaitu rebana (Faidah, 2016: 1-2).

Program Zona Qasidah adalah suatu bentuk sajian acara yang di dalamnya berisi lagu qasidah, nasyid, dan shalawat dengan ciri khas masyarakat Islam yang mendapatkan tempat di hati khalayak, baik tua, muda bahkan anak-anak. Seperti halnya masyarakat di Kota Pati yang memiliki banyak pondok pesantren dan madrasah. Pengambilan nama dalam program Zona Qasidah yakni “zona” bermakna wilayah dan “qasidah” merupakan bentuk syair epik kesusastraan Arab yang dinyanyikan. Penyanyi menyanyikan lirik berisi puji-pujian (dakwah keagamaan dan satire) untuk kaum muslim (wawancara dengan Erna, 14 Juli 2021). Dalam program ini, selain memutarakan lagu-lagu religi juga diselingi dengan informasi seputar agama Islam. Khalayak dapat mendengarkan dan merequest lagu- lagu islami yang diinginkan. Ketika bulan Ramadhan program ini diselingi dengan Quiz Ramadhan atau biasa disebut dengan Qurma, acara ini melibatkan pendengar dengan materi pertanyaan seputar puasa ramadhan. Adanya program ini diharapkan dapat menjadi syiar agama Islam dan mempertebal keimanan pendengar. Program Zona qasidah disiarkan setiap hari Senin sampai Sabtu pukul 13.00-15.00 WIB di Radio PAS 101 FM Pati (Data Media Radio PAS 101 FM Pati).

BAB IV

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PROGRAM ACARA ZONA QASIDAH DI RADIO PAS 101 FM PATI

A. Bentuk Program Zona Qasidah di Radio PAS FM Pati

Radio PAS FM mempunyai berbagai program acara, beberapa diantaranya mengandung nilai-nilai dakwah sehingga masuk ke dalam kategori program siaran dakwah. Salah satu program dakwah di Radio PAS FM yaitu program Zona Qasidah, program ini dalam siarannya memutar lagu-lagu qasidah, nasyid, dan shalawat dengan ciri khas masyarakat Islam yang mendapatkan tempat di hati khalayak. Hal ini sesuai dengan masyarakat di Kota Pati yang memiliki banyak pondok pesantren dan madrasah. Dalam program ini, selain memutar lagu-lagu religi juga diselingi dengan informasi seputar agama Islam. Konsep dakwah di program ini yaitu dengan melalui seni musik seperti yang dilakukan Walisongo terutama Sunan Kalijaga pada masa dulu. Jadi program Zona Qasidah ini masuk ke dalam format dakwah musik islami yang dimana acaranya memutar lagu-lagu bernuansa islami (qasidah, nasyid, atau lagu yang berisi tentang syair-syair Islam).

Berdasarkan hasil wawancara dengan program director dan penyiar, program Zona Qasidah dulunya disiarkan pukul 10.00-12.00 WIB, namun karena jarang ada respon dari masyarakat akhirnya program tersebut dipindahkan pada jam 13.00-15.00 WIB. Pihak radio memilih pada jam tersebut karena pada saat pukul 12.00-13.00 WIB ada program pengajian Mutiara Hikmah. Agar selaras dan menarik minat pendengar pada program sebelumnya, Jadi setelah khalayak mendengarkan pengajian bisa langsung mendengarkan program Zona Qasidah.

Strategi yang digunakan dalam program tersebut supaya dapat menarik minat pendengar yaitu melalui siaran di radio, brosur, dan juga mempromosikannya di media sosial seperti *facebook*, *twitter*, maupun *instagram* sehingga akan memudahkan untuk menarik pendengar sebanyak mungkin di era yang modern ini. Pendengar dalam program Zona Qasidah terbagi dari pendengar aktif dan pendengar pasif, namun ketika program tersebut telat dalam penyiarannya justru yang sering komplain adalah pendengar pasif. Dengan begitu berarti program ini sudah mengena di hati khalayak dan menjadi program unggulan.

Tentu dalam sebuah program acara di radio memiliki kelebihan dan kelemahannya tersendiri. Kelebihan dalam program Zona Qasidah yaitu banyak peminatnya, selain itu program ini belum ada di radio lain jadi masyarakat bisa terhibur dan menambah wawasannya dengan adanya program tersebut. Mengingat grup qasidah saat ini sudah jarang ada sehingga dapat menjadi obat kangen masyarakat dengan lagu-lagu qasidah. Program acara ini bernapaskan islami, maka informasi yang disampaikan penyiar kepada pendengar juga bermuatan religi, dengan harapan program tersebut dapat menjadi syiar agama Islam atas izin Allah SWT sehingga dapat mempertebal keimanan pendengar.

Kelemahan program tersebut yaitu kurangnya stok lagu yang original, karena kebanyakan lagu saat ini berupa cover atau lagu pada saat manggung. Radio PAS FM tidak pernah dan menghindari memutar lagu panggung. Ketika khalayak mendengarkan ada lagu panggung, maka mereka akan protes karena identiknya Radio PAS FM adalah memutar lagu yang original. Jadi kekurangannya yaitu susahya mendapatkan materi lagu yang original.

Program Zona Qasidah dalam penyiarannya terkadang juga terdapat hambatan. Hambatan yang dialami di program ini adalah ketika listrik padam. Jadi wilayah yang dapat dijangkau Radio PAS FM menjadi lebih sempit dari biasanya meskipun sudah memasang genset. Dampak

yang terjadi pada saat itu yakni pendengar yang ikut berpartisipasi dalam program tersebut sedikit, sebab hanya dapat menjangkau daerah Pati Kota saja. Wilayah yang tidak dapat terjangkau ketika listrik padam karena sinyal yang kurang memadai, menjadikan suara atau audio yang dihasilkan radio menjadi tidak jelas bahkan tidak terdengar. Selain itu, padamnya listrik juga menyebabkan pesan dakwah yang disampaikan kurang efektif karena tidak dapat menjangkau khalayak luas.

B. Strategi Komunikasi dalam Program Zona Qasidah

Menyampaikan pesan ataupun informasi dalam sebuah program acara tentu memerlukan proses dan strategi. Komunikasi yang baik sangat diperlukan agar pesan atau materi yang disampaikan kepada khalayak dapat dimengerti. Oleh sebab itu, strategi komunikasi perlu disusun sedemikian rupa supaya tujuan yang ditetapkan dapat tercapai.

Dalam konteks komunikasi, menyusun strategi harus memperhatikan empat faktor penting dalam strategi komunikasi yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan pemilihan media komunikasi (Fajar, 2009: 183) yaitu:

1. Mengetahui Khalayak

Sebelum melakukan komunikasi, mengetahui khalayak merupakan langkah pertama yang harus dilakukan agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif, sehingga komunikator dan komunikan tidak hanya saling berhubungan saja tetapi juga saling mempengaruhi. Dalam strategi komunikasi, komunikan merupakan hal utama yang menjadi perhatian komunikator karena sifatnya yang heterogen. Mengetahui khalayak ini bergantung pada tujuan komunikasi yang ingin dicapai, apakah tujuannya hanya sekadar agar komunikan mengetahui saja (metode informatif) atau agar komunikan melakukan suatu tindakan tertentu (metode persuasif). Dalam hal mengetahui khalayak yang harus diperhatikan yakni faktor kerangka referensi (*frame of reference*) serta faktor situasi dan kondisi.

Khalayak pendengar Radio PAS FM khususnya pada program Zona Qasidah tersebar ke berbagai daerah, diantaranya Pati, Rembang, Kudus, Blora, dan Grobogan. Pendengarnya sendiri lebih didominasi oleh pendengar laki-laki dengan presentase 55 % dan perempuan 45%. Untuk mengenali sasaran khalayak dalam program tersebut yaitu melalui monitoring serta survey kepada pendengar tentang keinginan mereka, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Erna selaku program director di Radio PAS FM mengatakan bahwa:

“Dalam station radio untuk mengenali sasaran khalayak pendengarnya harus tahu kebutuhan masyarakat itu apa, kultur masyarakatnya seperti apa, visi misi radio itu apa, kita harus tahu masyarakat Pati itu sukanya apa, dengan tersebut muncullah ide untuk membuat program yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Dengan begitu tentu program yang dibuat akan memiliki pendengar setia” (wawancara dengan Erna, 10 Mei 2021).

Sedangkan data yang bersumber dari arsip Radio PAS FM Pati menunjukkan bahwa:

“Berdasarkan segmentasi, mengetahui profil pendengar begitu penting untuk dapat memahami karakteristik khalayak program acara, sehingga persaingan radio pada segmentasi khalayak yang sama dapat teratasi dengan baik. Mengetahui profil pendengar dapat membantu sebuah radio dalam mempertahankan khalayak sasaran yang diinginkan, termasuk mempertahankan format musik ataupun acara di sebuah radio” (Arsip Radio PAS 101 FM Pati).

Dari hasil wawancara dan data arsip Radio PAS FM tersebut menunjukkan bahwa sebelum membuat sebuah program harus mengenali khalayaknya terlebih dahulu agar program yang disiarkan tepat sasaran. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya program Zona Qasidah ini dapat diterima dikalangan masyarakat bahkan menjadi program unggulan. Dalam program Zona Qasidah ini, pendengar bisa menelepon atau mengirim pesan melalui *SMS* maupun *Whatsapp* untuk kirim-kirim salam dan *request* lagu religi yang

ingin mereka dengarkan. Respon masyarakat dalam program ini pun cukup banyak.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, Pendengar yang ikut berpartisipasi dalam program Zona Qasidah ketika *SMS*, *Whatsapp*, atau menelpon ke studio mereka memperkenalkan dirinya dan juga tempat tinggalnya, dengan demikian berarti otomatis penyiar dapat lebih mengenali khalayak karena dapat mengetahui pendengar tersebut berasal dari mana saja (Observasi, 6 Mei 2021).

Melihat kondidi masyarakat Kabupaten Pati yang heterogen dan religius dengan adanya pondok pesantren dan madrasah, maka segmen yang dipilih Radio PAS FM adalah segmen umum dengan program-program yang memberikan hiburan, informasi, pendidikan, dan agama. Dimana program tersebut disesuaikan dengan kondisi penduduk di Kabupaten Pati.

Target sasaran pendengar Radio PAS FM adalah masyarakat golongan menengah, dan yang sering mendengarkan program Zona Qasidah kebanyakan masyarakat yang berprofesi sebagai petani, nelayan, pedagang, dan ibu rumah tangga yang usianya 30 tahun ke atas.

“Kebanyakan yang mendengarkan program ini adalah masyarakat yang usianya 30 tahun ke atas, hal ini dilihat dari telepon dan sms yang masuk itu memang tidak ada anak muda. Namun karena persaingan radio sekarang semakin pesat, agar tetap memiliki pendengar setia dan menarik minat pendengar baru khususnya anak muda yang sekarang jarang mendengarkan radio, maka kami memanfaatkan jejaring sosial seperti facebook, instagram maupun twitter” (wawancara dengan Erna, 10 Mei 2021).

Media sosial di era sekarang ini seperti *facebook*, *instagram* maupun *twitter* banyak dimanfaatkan oleh radio-radio konvensional, termasuk Radio PAS FM, karena fasilitas tersebut banyak

digunakan masyarakat khususnya anak muda. Karena pendengar Radio PAS FM tidak hanya di daerah Pati dan sekitarnya, maka untuk menjangkau khalayak secara luas Radio PAS FM juga menggunakan siaran *streaming*.

2. Menyusun Pesan

Menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi yang akan disiarkan. Pesan merupakan suatu komponen penting agar terwujudnya komunikasi yang efektif. Maka dari itu dalam siaran radio pesan yang disampaikan kepada khalayak haruslah bersifat umum dan informatif, sehingga mudah dimengerti oleh semua orang supaya tidak terjadi kesalahpahaman dikalangan pendengar. Awal efektivitas dalam komunikasi ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan yang disampaikan (Fajar, 2009: 93).

Berdasarkan data penelitian, materi dalam program Zona Qasidah berbentuk lagu-lagu religi seperti qasidah, nasyid, shalawat yang didalamnya berisi syair-syair keagamaan serta mempunyai banyak pesan, nasihat, dan pujian terhadap Nabi Muhammad SAW. Selain itu dalam program Zona Qasidah juga menyiapkan materi seputar keislaman yang dalam penyiarannya disesuaikan dengan bulan maupun peringatan hari-hari besar Islam. Menurut hasil wawancara dengan Erna selaku program director mengatakan bahwa:

“Biasanya penyiar itu memberikan materi yang disesuaikan dengan event yang ada pada saat itu, misalnya bertepatan pada bulan puasa jadi penyiar memberikan materi seputar puasa ramadhan begitu pula pada event-event lainnya. Saya selalu menekankan kepada penyiar agar informasi yang disampaikan menarik sehingga tidak membosankan pendengar” (wawancara dengan Erna, 10 Mei 2021).

Sedangkan Amel sebagai penyiar dalam program acara Zona Qasidah, dalam penyusunan pesannya yaitu:

“Pesan yang disampaikan dalam program ini, materinya disiapkan dan disusun sendiri oleh penyiar. Materi tersebut

tentu yang mudah dipahami masyarakat dengan penyampaian yang menarik sehingga tidak membosankan. Selain itu, pesan dalam Program Zona Qasidah ini lebih ke edukasi dan agamis” (wawancara dengan Amel, 6 Mei 2021).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, gaya penyiar dalam melakukan siaran disini sangat diperhatikan. Mulai dari gaya bicara dan bahasa yang digunakan dalam setiap segmennya. Hal tersebut dilakukan supaya pendengar tidak jenuh dan merasa bosan. Pembawaan penyiar dalam melakukan siaran juga ketika menerima telepon dilakukan dengan santai dan akrab agar khalayak tetap setia mendengarkan program yang disajikan (Observasi, 6 Mei 2021).

Penyusunan pesan dalam program Zona Qasidah ini materinya berasal dari buku-buku yang sudah disediakan oleh pemilik radio. Bukunya seputar hadits, ayat, kisah-kisah sahabat serta rasul dan lain sebagainya. Selain itu, penyiar juga bisa mengambil materi siarannya dari internet. Jadi penyusunan pesan yang menjadi materi dalam program Zona Qasidah yakni memberikan materi yang seimbang antara nada dan dakwah yang dikemas sesuai dengan akidah Islam agar masyarakat bertambah wawasannya tentang ajaran Islam.

Kekurangan dalam penyusunan pesan disini yaitu tidak adanya penulis naskah (*Script Writer*). Jadi pesan yang ingin disampaikan kepada pendengar disusun sendiri oleh penyiar.

3. Menetapkan Metode

Menetapkan metode merupakan hal yang sangat penting untuk mencapai keefektifitasan dalam komunikasi. Adanya metode dalam penyampaian pesan digunakan agar pesan dapat tersampaikan sesuai dengan tujuannya. Metode Radio PAS FM pada program Zona Qasidah dapat dilihat dari dua aspek yaitu menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya.

Pertama, menurut cara pelaksanaannya program Zona Qasidah disiarkan secara *on air* di studio dan juga disiarkan melalui *streaming*. Metode yang digunakan dalam penyampaian pesannya yakni metode *canalizing*, dengan cara mengenal khalayak terlebih dahulu, kemudian memengaruhi untuk menerima pesan yang disampaikan, setelah itu secara perlahan merubah sikap dan pola pikirnya ke arah yang dikehendaki komunikator.

Kedua, menurut bentuk isinya Radio PAS FM dalam program Zona Qasidah menggunakan metode informatif dan edukatif, seperti yang disampaikan Erna:

“Strategi yang digunakan dalam metode penyampaian pesan yakni informatif dan edukatif, kami ingin merubah hal yang mereka tidak tahu menjadi tahu, merubah kebiasaan yang kurang baik menjadi lebih baik, jadi kita kalau membuat program acara seperti itu” (wawancara dengan Erna, 10 Mei 2021).

Metode informatif yang digunakan dalam program Zona Qasidah bertujuan untuk memberikan informasi terkait materi atau pesan keagamaan, selanjutnya metode edukatif dalam pesan yang disampaikan mengandung nilai pendidikan sehingga masyarakat bertambah wawasannya.

4. Pemilihan Media Komunikasi

Dalam pemilihan media komunikasi agar dapat tercapai sasarannya, bisa memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media. Hal tersebut bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan dan teknik yang digunakan, karena masing-masing media mempunyai kelebihan dan kelemahannya tersendiri (Fajar, 2009: 204).

Penyiaran program Zona Qasidah di Radio PAS FM lebih condong menggunakan media radio karena efektif, murah, dan fleksibel. Namun, untuk menjangkau khalayak yang lebih banyak lagi, selain mengudara secara konvensional pada frekuensi 101 FM,

Radio PAS FM juga menggunakan teknologi informasi dan komunikasi yaitu melalui radio *streaming* yang dapat diakses melalui *smartphone*. Dengan adanya radio *streaming* dapat memudahkan pendengar yang lokasinya jauh dari jangkauan pemancar radio masih bisa mengaksesnya melalui www.streaming.pasfmpati.com atau melalui aplikasi PAS FM Pati yang bisa di *download* melalui *Play store*.



Gambar 1.4 Siaran Streaming Melalui Web



Gambar 1.5 Siaran Streaming Melalui Aplikasi

Radio PAS FM dalam program Zona Qasidah juga menggunakan radio *expose* dan memanfaatkan berbagai media sosial seperti *facebook*, *twitter* maupun *instagram* untuk mempromosikan programnya, sebab media sosial dapat mudah mempengaruhi khalayak di zaman modern ini.

Pada media sosial *facebook* Radio PAS FM terdapat 17.424 orang yang menyukai, 18.553 pengikut, dan pada grup *facebook* nya terdapat 5,9 ribu anggota. Sedangkan di *twitter* terdapat 2.519 *followers* dan ada 1.000 orang lebih yang mendownload aplikasi PAS FM Pati melalui *Play Store*.

Radio PAS FM juga merumuskan strategi komunikasi supaya program Zona Qasidah berjalan dengan baik, yaitu meliputi beberapa unsur:

a. Perencanaan

Perencanaan yang dilakukan Radio PAS FM dalam program Zona Qasidah yang pertama adalah mengetahui kebutuhan masyarakat, dengan menyesuaikan visi dan misi radio. Perencanaan jangka panjang di Radio PAS FM meliputi visi dan misinya yang tidak hanya ingin memberikan hiburan saja, tetapi juga informasi dan sesuatu yang bermanfaat untuk masyarakat. Menurut hasil wawancara dengan Erna selaku program director mengatakan bahwa:

“Proses perencanaan sebuah program pertama kali kita harus tau kebutuhan masyarakat itu apa, visi misi radionya bagaimana. Dengan tersebut muncullah ide untuk membuat program, terkadang dalam menyiarkan program, Radio PAS FM melakukan percobaan. Misal sebuah program disiarkan pukul 09.00 WIB nanti respon masyarakat selama satu tahun bagaimana”(Wawancara dengan Erna, 10 Mei 2021).

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa, dalam merencanakan sebuah program acara harus mengetahui kebutuhan masyarakat terlebih dahulu. Menyesuaikan dengan visi misi radio, dan

sasaran radio. Setelah itu langkah selanjutnya yakni menentukan program acara yang sesuai dengan masyarakat.

b. Pengorganisasian

Pengorganisasian yang dilakukan Radio PAS FM yaitu menempatkan kemampuan kerja setiap karyawan sesuai dengan job yang telah ditetapkan. Jumlah karyawan dan *crew* yang bekerja di Radio PAS FM Pati ada 13 orang. Tentu setiap karyawan memiliki tanggung jawab serta tugasnya masing-masing dan bekerja sesuai dengan SOP yang berlaku di Radio PAS FM.

Tabel 1.3 Sumber Daya Manusia (SDM) Radio PAS FM Pati

No	Jabatan	Jumlah
1	Direktur	1 orang
2	<i>Station Manager</i>	1 orang
3	<i>Program Director</i>	1 orang
4	<i>News Director</i>	1 orang
5	Teknik & Produksi	1 orang
6	Penyiar	5 orang
7	Administrasi & Keuangan	1 orang
8	Marketing	1 orang
9	Bagian Umum	1 orang

Seluruh karyawan yang bekerja di Radio PAS FM sudah bekerja sesuai dengan tugasnya masing-masing. Di sini peneliti menganalisis penerapan pengorganisasian yang ada di Radio PAS FM sudah berjalan sebagaimana mestinya. Namun ada beberapa karyawan yang rangkap jabatan, meski demikian dapat teratasi dengan baik dan bekerja dengan profesional.

c. Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan yang dilakukan Radio PAS FM bertujuan untuk mengevaluasi kinerja karyawan dan program acara yang sudah disepakati dan dirumuskan sesuai visi dan misi.

“Evaluasi program di Radio PAS FM yaitu dilakukan secara mingguan dan bulanan. Kalau bulanan itu di awal bulan, langsung dengan pimpinan dan seluruh karyawan. Sedangkan kalau mingguan itu evaluasi untuk karyawan, baik dari penyiarnya, program acara yang disiarkan atau terdapat suatu kendala lainnya yang saat itu juga langsung diperbaiki” (Wawancara dengan Erna, 10 Mei 2021).

Ketika program acara yang disajikan telah dievaluasi, namun masih belum mengena di hari masyarakat maka program tersebut tidak dapat serta merta diganti pada saat itu juga. Semisal programnya dirasa sudah bagus, namun peminatnya semakin menurun, hal ini perlu dicari tahu masalahnya apakah ada pada penyiarnya atau yang lainnya. Evaluasi di sini diperlukan guna mengetahui kinerja dari setiap karyawan maupun memperbaiki setiap program acara yang ada di Radio PAS FM khususnya program Zona Qasidah dengan tujuan memperoleh hasil yang lebih baik disetiap segmen acara ataupun pada kegiatan sebelumnya.

Dalam program Zona Qasidah sendiri dulunya disiarkan pukul 10.00-12.00 WIB, namun karena jarang ada respon dari masyarakat akhirnya program tersebut dipindahkan pada jam 13.00-15.00 WIB.

“Untuk program Zona Qasidah kenapa disiarkan pukul 13.00-15.00 WIB karena pada saat pukul 12.00-13.00 WIB itu ada program pengajian yakni Mutiara Hikmah. Jadi agar selaras dan juga untuk menarik minat dengar masyarakat” (Wawancara dengan Erna, 10 Mei 2021).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, pihak radio memilih pada jam tersebut karena pada saat pukul 12.00-13.00 WIB ada program pengajian Mutiara Hikmah. Agar selaras dan menarik minat pendengar pada program sebelumnya, Jadi setelah khalayak mendengarkan pengajian bisa langsung mendengarkan program Zona Qasidah.

Evaluasi yang dilakukan Radio PAS FM khususnya program Zona Qasidah sudah diterapkan dengan baik. Dalam melakukan perubahan jam siar maupun mengganti program acara dalam sebuah stasiun radio membutuhkan waktu dan harus menunggu sampai tahun berikutnya, mengingat untuk merubah sebuah program memang harus menunggu selama satu tahun terlebih dahulu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan penulis mengenai strategi komunikasi dalam program acara Zona Qasidah di Radio PAS FM Pati, setiap radio perlu mempunyai strategi agar memiliki perkiraan akan keberhasilan ataupun hambatan dalam strategi yang digunakan. Hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan hati pendengar dalam program Zona Qasidah, sehingga tidak ditinggalkan oleh khalayaknya. Strategi komunikasi Radio PAS FM Pati dalam program acara Zona Qasidah dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam menyusun strategi komunikasi untuk mengenali sasaran khalayak, Radio PAS FM melakukan monitoring dan survey kepada pendengar tentang keinginan dan kebutuhannya, selain itu juga melihat dari kultur masyarakat yang ada. Mengenal khalayak juga dilakukan melalui telepon dan pesan masuk ketika program Zona Qasidah berlangsung.
2. Penyusunan materi pesan dalam program Zona Qasidah yaitu berupa materi lagu dan pesan yang disampaikan kepada pendengar disesuaikan dengan tema yang sedang aktual.
3. Dalam menetapkan metode untuk mencapai efektifitas dalam komunikasi yaitu melalui metode *canalizing*, *informatif*, dan *edukatif*. Hal ini sesuai dengan tujuan pesan yang ingin disampaikan yakni agar khalayak teredukasi dan bertambah wawasannya.
4. Pemilihan media komunikasinya dengan menggunakan berbagai macam media untuk menunjang program Zona Qasidah supaya lebih dikenal oleh pendengar. Jadi selain menggunakan radio, juga menggunakan siaran *streaming* supaya dapat menjangkau khalayak secara luas. Selain itu juga menggunakan radio *expose*, media sosial seperti *facebook* maupun *twitter* untuk mempromosikan program tersebut.

5. Program Zona Qasidah juga menerapkan strategi komunikasi agar penyiarnya berjalan dengan baik, yakni meliputi perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan (*controlling*).

B. Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan di Radio PAS FM Pati, maka peneliti mempunyai beberapa saran, diantaranya yaitu:

1. Berkaitan dengan program acara Zona Qasidah harus memperbanyak materi lagu-lagu religi modern untuk memenuhi permintaan pendengar.
2. Memberi inovasi-inovasi baru pada program acara religi, khususnya program acara Zona Qasidah.
3. Dari segi Sumber Daya Manusia (SDM) di Radio PAS FM Pati alangkah baiknya diisi oleh orang yang memang ahli dibidangnya dan tidak rangkap jabatan, sebab setiap divisi harus fokus dengan tugasnya masing-masing.

C. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam tulisan ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis sudah berusaha semaksimal mungkin agar tercapai tujuan sebaik-baiknya. Oleh sebab itu, penulis menerima segala bentuk kritikan dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak baik secara materi maupun tata tulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi peneliti dan pembaca. Akhir kata, semoga Allah SWT selalu membimbing kita dan melimpahkan rahmat dan kasing sayang-Nya kepada kita sekalian, Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, B. 2002. "Musik Qasidah: Dari Media Dakwah Menjadi Hiburan", dalam <http://www.magisterseniuseriusu.com> , diakses pada 14 Juni 2021.
- BPS. 2019. "Hanya 13% Masyarakat yang Masih Mendengarkan Radio", dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/23/hanya-13-persen-masyarakat-yang-masih-mendengarkan-radio>, diakses pada 8 Oktober 2021.
- Ahmad, N. 2015. Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik. At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 3, No.2.
- Akdon. 2006. *Strategic Management for Educational Management; Manajemen Strategik untuk Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Amin, S. M. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Hamzah.
- Arifin, A. 1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico.
- Arifin. 2000. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aripudin, A. 2012. *Dakwah Antarbudaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Bugin, B. 2008. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. 2013. *Perencanaan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Effendy, O. U. 1981. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Faidah, S. 2016. "Pembelajaran Rebana Qasidah di Baittarbiyah (Rumah Pendidikan Abu Zacky Al-Zamy Pangandaran)", dalam <http://repository.upi.edu>, diakses pada 23 Mei 2021.
- Fajar, M. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Goldworthy & Ashley. 1996. *Australian Public Affairs Information Service*. Australia: APAIS.
- Hadi, S. 1992. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Harsono. 2008. *Model-Model Pengelolaan Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Hasan, M. 2013. *Metodologi dan Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila.

- Hikmat, M. H. 2011. *Metode Penelitian; dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ira. 2018. “Radio Tetap Eksis di Era Internet”, dalam <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34249-radio-tetap-eksis-di-era-internet?start=3>, diakses pada 8 Oktober 2021.
- Iriantara, Y. 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan, Dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jaziroh, K. 2009. Analisis Pesan Dakwah Dalam Program Siaran PISIS (Pamira Seputar Islam) di Radio Pamira 93.0 FM Kudus. *Skripsi*. Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Marrus, S. K. 2002. *Desain Penelitian Manajemen Sreategi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Miles, M. B., & Amichael H. 2007. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Moleong, L. J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Morissan. 2013. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mufid, M. 2012. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Cet. XIV*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Munir, M. 2018. Strategi Komunikasi Program Mutiara Hikmah Di Radio Rasika FM. *Skripsi*. Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Muriah, S. 2000. *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Prastowo, A. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Prayudha, H. 2005. *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Rakhmat, J. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Graha Ilmu.

- Romli, A. S. 2004. *Broadcast Journalism: Panduan Menjadi Penyiar, Reporter & Scrip Writer*. Bandung: Nuansa.
- Romli, A. S. 2009. *Dasar-Dasar Siaran Radio; Basic Announcing*. Bandung: Nuansa.
- Romli, K. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.
- Ruslan, R. 2003. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Ruslan, R. 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Saidah, D. 2015. *Metode Penelitian Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Salusu. 2006. *Pengambilan Keputusan Stratejik; Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Syukir, A. 1983. *Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Tamburaka, A. 2013. *Literasi Media*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tanzeh, A. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Triartanto, A. Ius Y. 2010. *Broadcasting Radio: Panduan Teori dan Radio*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Trinoviana, A. 2017. *Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience Dan Iklan*. Yogyakarta: Jurnal Komunikasi.
- Vardiansyah, D. 2008. *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Cet. II*. Jakarta: PT Indeks.
- Widi, R. K. 2010. *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wijaya. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Study*. Jakarta: Rineka Cipta.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Transkrip Wawancara

Narasumber : Rasida Iriana Solihah, S.Sos

Jabatan : Program Director

Q: Bagaimana latar belakang terciptanya program Zona Qasidah?

A: Rata-rata program acara radio yang ada di Kota Pati kebanyakan memutar lagu-lagu dangdut, pop dan tidak ada unsur religi. Misal ada unsur religinya pun itu hanya ada pada saat mau magrib dan setelah magrib, atau sesudah subuh, itu pun jarang, karena melihat hal tersebut, agar radio PAS memiliki perbedaan dengan radio lainnya, maka dibuatlah program Zona Qasidah, selain memberikan hiburan, program tersebut juga menjadi syiar/dakwah lewat lagu dan juga pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh penyiar. Radio PAS FM Pati selalin sebagai radio informasi dan hiburan, juga memiliki program acara yang muatan religinya banyak, salah satunya yaitu program acara zona qasidah yang radio lainnya belum ada, dan benar-benar diterima oleh masyarakat. Mengingat masyarakat wilayah kabupaten pati secara religi juga kuat dibuktikan dengan banyaknya pesantren yang ada di Pati. Jadi Alhamdulillah program tersebut diterima di kalangan masyarakat. Tidak hanya sekedar memberi hiburan, tetapi juga ada nilai-nilai religi selain pengajian.

Q: Mengapa nama programnya Zona Qasidah?

A: Zona bermakna wilayah, dan Qasidah adalah bentuk syair epik kesusastraan Arab yang dinyanyikan. Penyanyi menyanyikan lirik berisi puji-pujian (dakwah keagamaan dan satire) untuk kaum muslim. Jadi di program acara Zona Qasidah pendengar bisa mendengarkan dan merequest lagu-lagu Islami. Selain itu dikarenakan acara ini bernafaskan Islami, maka informasi yang disampaikan penyiar kepada pendengar juga bermuatan religi. Dengan harapan acara ini bisa menjadi syiar agama Islam dan atas izin Allah SWT dapat mempertebal keimanan pendengar.

Q: Program apa saja yang menjadi unggulan di Radio PAS 101 FM Pati?

A: Program unggulan di radio kami itu mulai dari pagi pukul 05.00-17.00 WIB. Salah satu program unggulan yaitu Zona Qasidah, karena banyak peminatnya dan dulu memang belum ada radio yang mengadakan program yang sama dan belum ada pesaingnya. Tapi untuk saat ini sudah ada beberapa radio yang mengadakan program yang sama adalah radio komunitas yang memang khusus religi. Untuk radio swasta belum ada yang mempunyai program yang sama. Program zona qasidah dulunya di tempatkan di jam 10.00-12.00 WIB, namun karna jarang peminatnya maka disiarkan jam 13.00-15.00 WIB sebab pada saat jam 12.00-13.00 WIB ada program pengajian, jadi biar selaras, dan juga untuk menarik minat pendengar. Jadi pendengar yang mendengarkan pengajian bisa langsung mendengarkan program zona qasidah.

Q: Bagaimana proses perencanaan dalam program Zona Qasidah?

A: Proses perencanaan sebuah program, pertama kita harus tahu kebutuhan masyarakat itu apa? Visi misi radio itu apa? Kita harus tau masyarakat Pati itu sukanaya apasi? Dengan tersebut muncullah ide untuk membuat program seperti ini, kadang dalam menyiarkan program juga radio pas fm melakukan percobaan. Misal sebuah program disiarkan pada jam 9.00 nanti responnya selama satu tahun itu bagaimana. Jika sudah melihat respon dari masyarakat kurang begitu banyak yang mendengarkan suatu program yang disiarkan jam sembilan, maka tahun depannya sebuah radio dapat melakukan perubahan jam siar ditahun berikutnya, mengingat untuk perubahan sebuah program memang harus menunggu selama satu tahun dahulu.

Q: Bagaimana proses penyusunan pesan dakwah dalam program Zona Qasidah? Buku/ kitab apa saja yang dijadikan sebagai rujukan dalam penyampaian pesan dakwah di program Zona Qasidah?

A: Pesan dakwah yang disampaikan penyiar dalam program Zona Qasidah itu materinya berasal dari buku yang sudah disiapkan oleh pemilik radio,

jadi bukunya seputar hadist, ayat, seputar kisah-kisah sahabat, dan rasul. Selain itu penyiar juga bisa mengambil materi dari internet. Biasanya penyiar memberikan materi disesuaikan dengan event yang ada pada saat itu, misal bertepatan pada bulan puasa, penyiar memberikan materi seputar puasa ramadhan, dll

Q: Bagaimana cara mengenal sasaran khalayak dalam program Zona Qasidah?

A: Untuk mengenali sasaran pendengarnya, radio pas melihat kultur masyarakat yang ada, apa yang dibutuhkan masyarakat, visi misi radio, sasaran radio, jika semua sudah terbantu, langkah selanjutnya yaitu mencari lagi program acara yang pas untuk masyarakat. Acara atau program yang dibuat harus menyesuaikan dengan segmentasi pendengarnya. Dalam membuat program acara, sebuah radio sekarang harus mengikuti keinginan masyarakat agar tetap memiliki pendengar setia, dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal tersebut dilakukan selain untuk mempunyai pendengar setia, juga untuk menarik minat pendengar baru, mengingat anak muda sekarang jarang yang mendengarkan radio, karena pendengar yang lama kan semakin lama semakin tua, untuk itu harus mempunyai program yang harus mampu untuk menarik pendengar baru.

Q: Bagaimana Metode yang digunakan dalam program Zona Qasidah?

A: Metode penyampaian pesan yang digunakan itu edukasi dan informasi, agar masyarakat bertambah wawasannya. Pesan yang disampaikan harus informasi yang aktual serta menarik agar tidak membosankan.

Q: Bagaimana pemilihan media komunikasi yang digunakan dalam program Zona Qasidah?

A: Selain menggunakan radio, kami juga membuat radio streaming, karena jangkauan yang lebih luas. Selain itu juga mempromosikan program Zona Qasidah melalui radio expose (iklan program) flayer yang di upload di

sosmed (fb, ig), Ketika penyiar siaran, penyiarinya membuat status di story WA, Instagram, dan Facebook.

Q: Bagaimana perencanaan dalam program Zona Qasidah di Radio PAS FM Pati?

A: Proses perencanaan sebuah program pertama kita harus tahu kebutuhan masyarakat itu apa, kemudian disesuaikan dengan visi misi radio. Dengan tersebut muncullah ide untuk membuat program, terkadang dalam menyiarkan program Radio PAS FM melakukan percobaan. Misal sebuah program disiarkan pada jam 9.00 nanti responnya selama satu tahun itu bagaimana.

Q: Bagaimana Evaluasi yang dilakukan radio PAS FM Pati?

A: Evaluasi program di Radio PAS FM yaitu secara mingguan dan bulanan. Kalau bulanan itu awal bulan langsung dengan pimpinan, seluruh karyawan harus hadir. Kalau mingguan, itu evaluasi untuk karyawan, baik dari penyiarinya, dari program acara yang disirakan, atau yang lainnya langsung dievaluasi dan kendala-kendala yang dihadapi langsung diperbaiki pada saat itu juga. Tetapi untuk program acara, setelah dievaluasi misal program acaranya kurang mengena di hati masyarakat tidak dapat serta merta diganti pada saat itu juga. Mengingat untuk perubahan sebuah program memang harus menunggu selama satu tahun dahulu.

Q: Apa kelebihan dan kekurangan dari program Zona Qasidah?

A: Kelebihan dari program ini, yaitu radio lain belum ada, masyarakat bisa terhibur, mengingat grup qasidah untuk saat ini sudah jarang ada sehingga bisa menjadi obat kangen mereka dengan lagu-lagu qasidah. Sedangkan kekurangannya yaitu kurangnya stok lagu yang original, karena sekarang ini kebanyakan lagu yang cover atau lagu pada saat manggung. Radio PAS FM tidak pernah dan menghindari memutar lagu panggung. Ketika khalayak mendengarkan ada lagu panggung, maka mereka akan protes

karena identiknya Radio PAS FM adalah memutar lagu yang original. Jadi kekurangannya yaitu susahnya mendapatkan materi lagu yang original.

Q: Melihat perkembangan teknologi yang terus mengalami peningkatan, tentu persaingan juga semakin tajam. Hal tersebut tentu menjadi tantangan tersendiri untuk radio pasfm pati, dan tentu memiliki strategi disetiap programnya. Karena program merupakan suatu yang menjadikan radio tersebut bertahan. Bagaimana langkah yang dilakukan?

A: yang pasti harus mengikuti perkembangan teknologi yang ada saat itu, agar pendengar radio semakin bisa menikmati acara-acara di radio dan semakin bisa menjangkau dan menambah jumlah pendengar untuk radio tersebut. Kita selalu melakukan evaluasi tiap tahun untuk program-program acara kami, memperbaiki dan mempertahankan kualitas setiap penyiarannya. Bagaimanapun juga penyiar adalah nyawa dari sebuah program acara. Sebagus apapun program acara namun kualitas SDM penyiar kurang bagus, maka program acara tersebut bisa kurang meraiik dan akan merugikan radio itu sendiri.

Narasumber : Fitria Fatkun Ni'mah, S.Pi

Jabatan : Station Manager

Q: Bagaimana minat masyarakat terhadap Radio PAS 101 FM Pati?

A: Minat masyarakat terhadap Radio PAS FM baik, maksudnya tidak ada complain dari masyarakat, misal terlambat menyiarkan atau ada kesalahan, jadi pendengar langsung sms atau telpon untuk memberi tahu kesalahannya. Pendengar dalam radio itu kan ada pendengar aktif dan pendengar pasif, justru yang sering mengingatkan itu malah pendengar yang pasif.

Q: Apakah Radio PAS 101 FM Pati berpengaruh terhadap masyarakat?

A: Radio PAS FM berpengaruh buat masyarakat, karena selain digunakan untuk berdakwah juga menyiarkan acara-acara pendidikan dengan mendadangkan psikolog, gizi, kesehatan, parenting, dll.

Q: Bagaimana peran Radio PAS 101 FM Pati dalam menyiarkan kegiatan dakwah?

A: Peran Radio PAS FM dalam menyampaikan pesan dakwah yaitu menyesuaikan dengan visi misi di radio. Jadi Radio PAS FM sendiri ingin memberikan informasi yang bermanfaat kepada masyarakat.

Q: Bagaimana cara Radio PAS 101 FM Pati untuk mengenal sasaran khalayak?

A: Untuk mengetahui sasaran khalayak itu sudah ditetapkan di awal mendirikan sebuah stasiun radio, sudah mempunyai target sasaran mau kemana.

Narasumber : Amalia Sulha

Jabatan : Penyiar

Q: Bagaimana deskripsi program Zona Qasidah?

A: Program acara zona qasidah disiarkan pada pukul 13.00-15.00 WIB dalam program ini selain memutar lagu-lagu qasidah dan lagu islami lainnya juga menyampaikan pesan dakwah, pesan yang disampaikan itu tergantung dengan penyiarinya. Jadi penyiar sendiri yang menyiapkan materinya, materi tersebut tentu materi yang mudah dipahami masyarakat. Dalam Program Zona Qasidah ketika bulan ramadhan diselengi dengan Qurma atau biasa disebut quiz ramadhan.

Q: Bagaimana gaya penyampaian pesan dalam program Zona Qasidah?

A: Cara penyampaian harus lebih tenang, sesuai dengan lagu-lagunya, dan cara penyampaiannya harus menarik supaya pendengar tidak merasa bosan.

Q: Bagaimana pemilihan lagu dalam program Zona Qasidah?

A: Lagu yang diputarkan dalam program tersebut merupakan lagu request dari pendengar, itupun kadang ada yang tidak sempat keputar, karena sangking banyaknya pesan yang masuk.

Q: Bagaimana metode yang digunakan dalam penyampaian pesan di program Zona Qasidah?

A: Pesan dalam program Zona Qosidah ini lebih ke edukasi, informatif, serta agamis.

Q: Apa kelebihan dan kekurangan dalam program Zona Qasidah?

A: Kelebihan program ini yaitu banyak pendengarnya dan peminatnya. Sedangkan Kekurangannya dari segi lagu, karena durasi waktunya lama sehingga request dari pendengar tidak dapat terputar semua. Selain itu juga kurangnya lagu yang original.

Q: Adakah yang menjadi hambatan dalam program Zona Qaidah?

A: Hambatan program ini sendiri yaitu ketika mati lampu. Karena mati lampu menyebabkan jangkauannya jadi lebih menyempit. Meskipun memakai genset, pendengar yang masuk hanya sedikit karena jangkauannya hanya di kota Pati saja. Semisal tidak ada yang request lagu, biasanya penyiar memilih lagu sendiri untuk diputar. Selain itu mati lampu juga menyebabkan penyampaian pesan dakwahnya kurang efektif karena tidak dapat menjangkau banyak pendengar.

2. Lampiran Surat Izin Penelitian



streaming
www.pasfmpati.com

SURAT KETERANGAN
Nomor : 053/S-KET/PAS/0721

Dengan ini kami yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rasyida Iriana Solihah, S.Sos
Jabatan : PD PT. Radio Pati Adi Suara

menerangkan bahwa :

Nama : **Latifah Asma Fauzi**
NIM : 1701026076
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Universitas : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Benar-benar telah mengadakan penelitian di PT. Radio Pati Adi Suara (PAS FM) dengan judul " **Strategi Komunikasi dalam Program Acara Zona Qasidah di Radio PAS 101 FM Pati** ".

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pati, 15 Juli 2021

PT. PATI ADI SUARA,

Rasyida Iriana Solihah, S.Sos
Program Direktur

PT. RADIO PATI ADI SUARA (RADIO PASFM PATI)

GRAHA ADI SUARA, Jl. Raya Pati Kudus Km.3 PATI Jawa Tengah 59163 Telp. 0295-385877, 385499 Fax. 0295-384450
SMS / WA : 085 277 999 101 Website : pasfmpati.com Email : pasfmpati@gmail.com Playstore : Radio PASFM

3. Dokumentasi Kegiatan Penelitian



Wawancara dengan Rasida Iriana Solihah selaku program director di
Radio PAS 101 FM Pati.

(Dokumentasi Latifah Asma Fauzi, Senin 10 Mei 2021)



Wawancara dengan Fitria Fatkun Ni'mah selaku station manager di Radio
PAS FM Pati.

(Dokumentasi Latifah Asma Fauzi, Senin 10 Mei 2021)



Wawancara dengan Amalia Sulha selaku penyiar program Zona Qasidah.
(Dokumentasi Latifah Asma Fauzi, Kamis 6 Mei 2021)



Gambar Studio Siaran Radio PAS 101 FM Pati
(Dokumentasi Latifah Asma Fauzi, Kamis 20 Mei 2021)



Gambar Ruang Produksi Radio PAS 101 FM Pati
(Dokumentasi Latifah Asma Fauzi, Kamis 20 Mei 2021)



Gambar Studio Siaran Radio PAS 101 FM Pati
(Dokumentasi Latifah Asma Fauzi, Kamis 20 Mei 2021)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Latifah Asma Fauzi
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 15 Januari 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Ds. Kedungmulyo, Rt/ Rw. 01/01, Kec.
Jakenan, Kab. Pati
Email : latifahfauzi4@gmail.com
No.Hp : 081390939103

Riwayat Pendidikan Formal

1. TK Pertiwi Desa Kedungmulyo, Pati
2. SD Negeri Desa Kedungmulyo, Pati tahun 2011
3. MTs. Salafiyah Kajen, Margoyoso, Pati tahun 2014
4. MA Salafiyah Kajen, Margoyoso, Pati tahun 2017