

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan media penyiaran di Indonesia saat ini tergolong pesat dengan banyaknya bermunculan lembaga televisi dan radio. Khalayak mendapatkan banyak alternatif siaran televisi dan radio untuk mendapatkan informasi, pendidikan dan hiburan. Akan tetapi, lembaga stasiun penyiaran televisi dan radio tersebut sebagian besar berupa lembaga penyiaran swasta komersial yang lebih menekankan pada keuntungan finansial (*profit oriented*), sehingga materi siaran lebih banyak berupa hiburan, iklan dan sangat sedikit memberikan materi tentang pendidikan masyarakat. Lembaga penyiaran publik seperti RRI dan TVRI seharusnya mewadahi kebutuhan komunikasi, informasi dan pendidikan masyarakat. Akan tetapi selama pemerintahan Orde Baru justru lebih banyak menyuarakan kepentingan pemerintah (penguasa).

Menurut Hadi, salah satu bentuk media massa yang potensial untuk mendukung pemberdayaan masyarakat adalah radio. Media siaran ini memiliki kemampuan tinggi untuk mengantar dan menyebarkan pesan-pesan pembangunan secara cepat dan serentak kepada khalayak luas, yang berada di tempat yang terpencar, tersebar luas, sampai ke tempat-tempat jauh terpencil dan sulit dicapai angkutan umum (Hadi, <http://wikipedia.org/wiki/>, akses 20/03/2010).

Dengan dikeluarkannya Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, lembaga penyiaran dibagi menjadi, lembaga penyiaran komunitas, lembaga penyiaran publik, swasta dan berlangganan. UU Penyiaran memberikan kewenangan terhadap komunitas untuk menyelenggarakan penyiaran, asalkan memenuhi ketentuan bahwa siaran komunitas tersebut bersifat independen, tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya.

Penyelenggaraan penyiaran komunitas ditujukan untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan, dengan melaksanakan program acara yang meliputi budaya, pendidikan, dan informasi yang menggambarkan identitas bangsa. Sebagai media siaran yang diselenggarakan dari, oleh dan untuk komunitas itu sendiri, seyogyanya radio komunitas dapat berperan maksimal sebagai media informasi, pendidikan dan hiburan yang dibutuhkan (Hadi, <http://wikipedia.org/wiki/>, akses 20/03/2010).

Selain itu karakter dari lembaga penyiaran komunitas adalah hubungan langsung dan intensif antara lembaga penyiaran dengan komunitas, serta adanya partisipasi anggota komunitas dalam perencanaan program, produksi, pembiayaan, dan dalam mengevaluasi kinerja lembaga penyiaran. Maka di *introduksilah* konsep *local consultative forum* atau *community based communication center*. *Forum* warga untuk membahas segala sesuatu yang berkaitan dengan kehidupan komunitas (Sudiby, 2004 : 235).

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

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

Di Ibukota Jawa Tengah sudah sangat banyak stasiun radio. Ini memberi indikasi bahwa radio mendapat tempat di hati masyarakat, karena Semarang mayoritas penduduknya beragama Islam, tentu menjadi pertimbangan tersendiri bagi radio-radio yang ada, sehingga acara-acara yang disajikan tidak lepas dari masalah keagamaan khususnya siaran dakwah Islam. Kini hadir satu lagi media *broadcast* yang merupakan kebanggaan tersendiri bagi umat Islam yaitu, Radio Dais yang mengusung motto “*Terdepan Dalam Dakwah Dan Nada*” yang didirikan pada tanggal 22 September 2006.

Tumbuhnya media Islam tersebut diharapkan dapat menjalankan aktifitas dakwahnya dalam memberdayakan umat Islam. Seiring dengan perkembangan waktu dan semangat dakwah, Radio Dais mengalami kemajuan pesat.

Awal mula didirikannya radio ini adalah atas dasar berdirinya Masjid Agung Jawa Tengah, kurang lengkap rasanya jika tidak didirikan media penyiaran yang menunjang syiar Islam. Radio yang bertujuan menyiarkan dakwah Islam, di tengah hiruk-pikuk tayangan televisi yang mulai dirasakan kemadharatannya, dan selalu berusaha menjadi terdepan dalam menyampaikan nada dan dakwah kepada umat Islam. Oleh karena itu, didirikan Radio Dais (Dakwah Islam). Radio terletak tepat di dalam Menara Al Husna Masjid Agung Jawa Tengah. Radio ini memberikan berbagai macam informasi agama, sosial, ekonomi dan hiburan yang Islami.

Dalam penyiarannya, Radio Dais bukanlah media massa yang netral akan tetapi lebih memihak dan membela umat Islam. Di samping itu Radio Dais bukanlah lembaga atau organisasi yang berorientasi kepada keuntungan materi semata, namun lebih bersifat sosial dan semata - mata untuk melakukan syi'ar dakwah Islamiyah di era informasi.

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

Tidak kalah peliknya saat ini radio harus bersaing dengan berbagai media yang lain untuk memenuhi kebutuhan pendengarnya. Misalkan untuk musik, saat ini kemajuan teknologi telah sedemikian maju sehingga memberikan banyak pilihan bagi orang dalam menikmatinya. Diantaranya, melalui media televisi, CD player, MP3, Ipod, dan lain sebagainya. Orang bisa memutar musik sesuai selera masing-masing. Hal ini membuat radio komunitas semakin banyak ditinggalkan pendengarnya. Dengan demikian peluang orang mendengarkan acara dakwah melalui radio menjadi semakin kecil.

Dalam hal ini Radio Dais dituntut mampu menemukan strategi tepat untuk bertahan dan semakin berkembang pesat dalam rangka mensyi'arkan nilai-nilai Islam, dan mengharuskan Radio Dais menempatkan diri dalam posisi yang tepat, sesuai dengan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, serta tantangan dan peluang dari lingkungan diantara lembaga sejenisnya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai strategi yang digunakan Radio komunitas Dais 107.9 FM untuk memperoleh simpati pendengar.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan, yaitu: Bagaimanakah strategi yang diterapkan Radio Dais untuk memperoleh simpati pendengar?

I.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah strategi yang diterapkan Radio Dais untuk memperoleh simpati pendengar.

Sedangkan manfaat yang diharapkan dari penulisan skripsi ini antara lain:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat menambah khasanah dalam bidang ilmu dakwah dan komunikasi dalam memajukan dakwah Islamiyah.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan bagi para pelaku dakwah (da'i), baik secara perorangan maupun kolektif dalam merumuskan strategi yang paling tepat untuk mengatasi problematika dakwah yang ada di masyarakat khususnya melalui media radio.

I.4 Tinjauan Pustaka

Strategi dakwah bukanlah tema yang baru dalam penelitian ilmu dakwah, biarpun demikian berdasarkan penyusuran penulis terhadap literatur yang sudah ada, belum satupun ditemukan penelitian yang membahas Strategi Radio Komunitas Islam dalam memperoleh simpati pendengar. Adapun penelitian yang membahas strategi dakwah diantaranya adalah:

1. Skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah Majelis Tafsir Alqur’an (MTA) Melalui Radio MTA 107.9 FM Surakarta”, oleh Nur Ariyanto (2010) Dalam penelitiannya menganalisis data dalam penelitian ini, penulis

menggunakan metode analisis *deskriptif* dengan kesimpulannya menunjukkan bahwa strategi dakwah yang dipakai oleh radio MTA adalah strategi adaptif di mana untuk memenangkan persaingan dengan strategi adaptif ini, radio MTA sangat menekankan pada fleksibilitas dan inovasi. Oleh karena itu Radio MTA FM senantiasa mengamati dan mengawasi media lain. Strategi Diferensiasi merupakan strategi yang dipakai sebuah organisasi bila ingin bersaing dengan pesaingnya dalam hal keunikan produk dan jasa yang ditawarkan. Strategi diversifikasi perluasan jangkauan siaran dengan memanfaatkan beberapa teknologi baru.

Adapun perbedaannya Dais menggunakan strategi komunikasi, strategi penyiaran radio, strategi pemasaran.

2. Skripsi yang berjudul “Teknik Dakwah Melalui Elektronik dan Tanggapan Pendengar (Studi Kasus Pendengar Prima Jepara)”, oleh Ida Maimunah (1977). Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa masyarakat memberikan respon positif terhadap pola-pola dakwah yang didesain oleh Radio Prima Jepara dan menjadi salah satu sumber pengetahuan baru dalam memahami agama Islam.
3. Skripsi yang berjudul “Dakwah Islam Melalui Media Radio (Analisis terhadap program siaran dakwah Islam di Radio CBS 95,9 FM Slawi)” yang di susun oleh Kurniati (2006). Teknik analisis yang dipakai dalam penulisan skripsi ini adalah teknik analisis induksi. Adapun hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa CBS 95,9 FM Sebenarnya merupakan

stasiun radio yang berorientasi profit tetapi melakukan kegiatan dakwah juga melalui siarannya. Dalam melakukan peran dakwah tersebut Radio CBS 95,9 FM Slawi mengemasnya dengan berbagai cara. Dari segi penggarapan kreatifitas program siaran dakwahnya dikelompokkan dalam insert program, spesial program, dan reguler program. Sedangkan dari bentuk format program siaran dakwah Islam dapat digolongkan dalam format monologis, format dialogis, format musik dan format uraian yang diselingi musik.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, sebagai bahan perbandingan yang sudah teruji kashahihannya, maka peneliti lebih menitik beratkan pada kajian "Strategi Radio Komunitas Islam Dalam Memperoleh Simpati Pendengar (Studi pada Radio Komunitas Dais 107.9 FM)".

I.5 Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini merupakan jenis penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2002: 4). Adapun spesifikasi penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Isac dan Michael mengatakan bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi bidang tertentu secara faktual dan cermat (Rakhmat, 2005: 22).

Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang memaparkan situasi atau peristiwa dan tidak berupaya mencari atau menjelaskan hubungan,

tidak pula untuk menguji hipotesis ataupun membuat prediksi. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan karakteristik tentang populasi atau bidang tertentu.

Dengan metode inilah penulis akan memaparkan secara detail bagaimana strategi yang digunakan Radio Dais dalam memperoleh simpati pendengar di Semarang.

2. Definisi Konseptual

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

- a) Strategi merupakan pilihan-pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mengembangkan sebuah organisasi. Pilihan-pilihan tersebut diintegrasikan dan dikoordinir kemudian dirancang untuk mengeksploitasi kompetensi inti (*core competence*) untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Strategi pada hakikatnya merupakan perencanaan (*planing*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan itu strategi tidak berfungsi hanya sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan jalan saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Effendy, 2006: 32).
- b) Dalam UU Nomor 32 tahun 2002 pasal 21 radio komunitas diartikan sebagai lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen, dan tidak komersial, dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayah

terbatas, serta untuk melayani kepentingan komunitasnya (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah, 2009: 19).

c) Simpati Pendengar

Simpati adalah rasa suka, rasa senang, rasa setuju akan sesuatu. Pendengar merupakan orang-orang yang loyal dan sangat bersahabat, di banyak kasus pendengar ini memiliki rasa kekeluargaan yang sangat kuat terhadap sebuah stasiun radio yang mereka dengarkan (Prayuda, 2005: 119). Jadi simpati pendengar diartikan sebagai orang yang loyal, bersahabat dan suka terhadap sebuah stasiun radio yang mereka dengarkan.

3. Sumber data

Menurut Suharsimi Arikunto : Subyek penelitian merupakan sumber dimana data dapat diperoleh. Sumber data dapat berupa benda, gerak, manusia, tempat dan sebagainya (Suharsimi, 2006: 128). Dalam penelitian ini adalah manajemen radio yang mana data-data diperoleh dari manajemen Radio Dais. Adapun yang menjadi obyek dari penelitian ini adalah permasalahan itu sendiri, yaitu strategi penyiaran yang diterapkan oleh Radio Dais dalam memperoleh simpati pendengar.

I.6 Teknik Pengumpulan Data

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

1. Metode Observasi (pengamatan)

Metode observasi adalah suatu usaha sadar untuk mengumpulkan data yang dilakukan secara sistematis, dengan prosedur yang berstandar (Suharsimi, 2006: 229). Metode ini digunakan untuk memperoleh data dengan menyaksikan langsung proses siaran dan mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan program acara yang disiarkan di Radio Dais.

2. Metode Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiono, 2009: 82). Adapun dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi, profil Radio Dais, struktur organisasi dan sebagainya yang ada di Radio Dais. Dokumentasi yang diperoleh di Radio Dais digunakan untuk melengkapi data penelitian.

3. Metode Interview (wawancara)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumbernya (Kriyantono, 2006: 98). Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak struktur, yaitu wawancara bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman yang di gunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiyono, 2008: 104). Untuk mendapatkan informasi mengenai strategi Radio Dais, peneliti melakukan wawancara dengan Direktur operasional Radio Dais dan untuk

mengetahui simpati pendengar peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pendengar (warga).

I.7 Teknik Analisis Data

Analisa data menurut pendapat Lexy J. Moleong adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data (Moleong, 2009: 280). Analisa data bermaksud pertama-tama adalah mengorganisasikan data, yaitu mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode, dan mengategorikan dari catatan hasil interview, observasi dan yang lainnya.

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

Tahap-tahap analisis:

1. Mengumpulkan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi
2. Mengedit seluruh data yang masuk
3. Menyusun seluruh data yang diperoleh sesuai dengan sistematika pembahasan yang telah direncanakan.
4. Melakukan analisa seperlunya terhadap data yang telah tersusun untuk menjawab rumusan masalah sebagai kesimpulan.

I.8 Sistematika Penulisan

Penelitian ini memuat lima bab termasuk pendahuluan yang masing-masing berkaitan.

Bab I merupakan bab pendahuluan yang akan dijadikan sebagai acuan langkah dalam penulisan skripsi ini. Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, sistematika pembahasan.

Bab II landasan teori yang berisi: Tinjauan tentang strategi, Tinjauan tentang radio komunitas, Tinjauan tentang simpati pendengar, Dakwah melalui radio komunitas.

Bab III penyajian hasil Penelitian yang meliputi: Profil Radio Komunitas Dais Semarang, Sejarah berdirinya Radio Dais, Visi dan Misi Radio Dais, Program Radio Dais, Struktur organisasi Radio Dais, Strategi Radio Dais dalam memperoleh simpati pendengar.

Bab IV analisis Strategi Radio Komunitas Islam Dalam memperoleh simpati pendengar (Studi Pada Radio Komunitas Dais Semarang 107.9 FM).

Bab V merupakan bagian penutup yang didalamnya berisi kesimpulan, saran, dan penutup.