

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Radio bisa disebut bagian dari media komunikasi massa yang berperan besar pada interaksi manusia di dunia. Di era globalisasi ini pertumbuhan teknologi yang begitu cepat turut mempengaruhi perkembangan sosial masyarakat muslim di Indonesia yang secara tidak langsung menuntut para pengusaha di bidang radio untuk *survive* dan mempertahankan keberadaannya di tengah persaingan media massa yang begitu kompetitif. Saat ini banyak asumsi yang muncul ke permukaan bahwa ketenaran dari media massa radio perlahan-lahan mulai berkurang seiring dengan merebaknya kemunculan media massa lainnya seperti televisi dan media *online*. Saat ini televisi masih menjadi *trend* di masyarakat sebagai media massa utama dan media *online* berkembang pesat di berbagai kalangan usia.

Banyak dari masyarakat saat ini yang menggunakan radio hanya untuk mendengarkan musik saja, hal ini menyebabkan kuantitas dari pendengar radio yang semakin menurun, ditambah lagi kemudahan masyarakat untuk mendapatkan lagu-lagu melalui internet yang diakses melalui *smartphone*, membuat tak ada lagi rasa bangga dan perasaan yang khas saat lagu yang diminta, diputar di radio yang masyarakat dengarkan. Pesatnya perkembangan dan pertumbuhan media internet, televisi, dan *video streaming* menjadi tantangan tersendiri bagi radio dimasa kini, baik dari hal mencari pendengar atau bahkan mencari rekanan untuk berpromosi.

Penyatuan dalam berbagai bidang seperti ekonomi, sosial, budaya , ilmu pengetahuan dan teknologi di era globalisasi ini membuat para pengusaha radio

harus siap dan mampu dalam meningkatkan kualitas manajemen, komunikasi, perlengkapan siaran, kebutuhan para pendengar, analisis masyarakat sehingga siaran yang dilakukan dapat diminati dan diterima oleh masyarakat dengan baik serta mempertahankan keberadaan dari radio itu sendiri.

Banyak media hiburan yang hilang dari peredaran dengan waktu yang begitu cepat, seperti kaset, VCD, CD, dan *walkman*. Namun, radio masih memiliki segmen tersendiri yang membuat media ini masih terus bertahan sampai saat ini. Media massa radio memiliki daya tahan peredaran yang cukup baik sampai saat ini dikarenakan adanya salah satu faktor, yaitu mobil. Berkat adanya mobil sampai saat ini radio masih memiliki tempat tersendiri di hati para pendengarnya. Hal ini dikarenakan saat seseorang mendengarkan radio, tak perlu adanya usaha, kerja keras dan aktivitas serta perhatian yang lebih. Ditambah pula dengan kondisi jalan yang begitu macet, terkhusus di Jakarta membuat para pengendara mobil pasti merasakan bosan jika tidak dibarengi dengan suara radio sebagai media penghibur. Apalagi jika melakukan perjalanan yang cukup panjang dan jauh membuat pengendara mobil tidak memiliki hiburan lain selain radio yang membuat suasana komunikasi di dalam mobil tetap terasa, dengan variasi interaksi yang dilakukan oleh penyiar siaran radio yang didengarkannya. (Lutfkin, 2016)

Berdasarkan survey Nielsen 2014 setiap tahun pendengar radio mengalami penurunan hingga 3% (Ulifabriarni, 2014) “Penurunan iklan di radio hampir semua terjadi di 37 radio Jakarta. Hampir 10-30 persen,” ujar M. Rafiq selaku Ketua Umum PRSSNI pada konferensi pers peringatan Radio Day di Jakarta, Senin (11/12). (Ika, 2017)

Dikutip dari Nielsen.com (2016) *Nielsen Radio Audience Measurement* dalam catatannya ditengah pertumbuhan media internet saat ini tidak menjadikan para penikmat radio menjadi rendah. Walaupun dihadapkan dengan penetrasi dari media televisi (96%), media luar ruangan (52%), dan internet 40%, radio masih di angka yang cukup tinggi yaitu 38%, dengan begitu dapat diartikan bahwa radio masih tetap eksis dengan didengarkan oleh 20 juta orang Indonesia. (Nielsen, 2016) Hal ini sejalan dengan pernyataan Muhammad Rofiuddin (2018) yang berbicara tentang eksistensi dari radio dengan menyimpulkan bahwa di kota-kota-besar, bisnis dan eksistensi radio masih sangat diperhitungkan. (Ira, 2018)

Rata-rata pendengar radio paling-banyak dipegang oleh Generasi X yang berusia 35-49 tahun, kemudian disusul oleh *Baby Boomers* yaitu 50-65 tahun, dilanjut dengan *Silent Generation* dengan usia 65 tahun ke atas, lalu *Millenials* yang berusia 15-34 tahun, dan terakhir Generasi Z dengan rentang usia 10-14 tahun. Seiring dengan berkembangnya teknologi internet saat ini membuat 4 dari 10 orang yang mendengarkan radio menggunakan perangkat seluler yaitu *smartphone*, yang dimana internet menjadi media yang sangat mudah diakses dimana saja dan kapan saja, namun tidak mengambil alih peran serta radio dari para penikmatnya. (Nielsen, 2016)

Di kota-kota besar, tingkat persaingan radio cukup tinggi untuk mendapatkan perhatian dari para pendengar. Maka dari itu eksistensi dari lembaga radio sangat diperlukan, hal ini mengartikan bahwa keberadaan radio masih diperhitungkan sebagai media massa. Untuk menjaga eksistensi dari sebuah lembaga radio di era globalisasi ini, perlu adanya ide-ide atau gagasan yang kreatif dan inovatif demi tercapainya tujuan. Hal ini mengharuskan para pemrogram di

radio termasuk penyiar, direktur, dan perangkat lainnya mengemas serta mengelola konten dan program di radio sedemikian rupa untuk menarik perhatian para pendengar. Saat ini jumlah stasiun radio di Indonesia sangat banyak. Maka dari itu, dalam pengelolaan radio, terutama pemrograman perlu ditelisik lebih dalam untuk menarik para pendengarnya. Stasiun-stasiun radio harus memiliki target yang dijadikan capaian agar memenuhi apa yang menjadi kebutuhan pendengar.

Pringle Star Mc Cavit (1991) dalam bukunya *Electronic Media Management* menjelaskan bahwa: *the programming of most of stations is dominated by one principal content element or sound, known as format* (program stasiun radio sebagian besar didominasi oleh satu elemen isi atau suara utama yang dikenal dengan format). Format merupakan penyajian program yang dilakukan oleh stasiun radio dengan ciri-ciri tertentu, yang dalam hal ini format siaran radio bisa dikatakan sebagai upaya pengelolaan stasiun radio dalam memproduksi program siaran yang dapat menarik para pendengarnya.

Tujuan dari penentuan format itu sendiri adalah untuk memenuhi kebutuhan khalayak dan kesiapan dalam berkompetisi dengan media massa lainnya. Adapun penentuan format dalam program siaran radio bisa ditentukan dengan berbagai aspek, seperti jenis kelamin, profesi, demografi, kelompok umur, sampai geografi. Maka dari itu, pada era ini banyak bermunculan stasiun radio yang berfokus pada salah satu dari kelompok tersebut.

Pada era perkembangan teknologi ini, para pendengar tidak lagi hanya menilai suatu stasiun radio dengan menggunakan telinga dalam menyimak suatu acara, namun mereka juga menilai dengan nalar dan empati, sehingga dapat

menentukan sikap terhadap siaran radio yang didengar. Jika siaran radio yang diperdengarkan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pendengar, penilaian negatif akan ditunjukkan kepada stasiun tersebut, bahkan sampai memindahkan *channel* atau gelombang siaran ke stasiun lain, karena dinilai mengecewakan. Seperti siaran yang didominasi oleh hiburan yang membosankan, hanya ada lagu-lagu yang diputar secara acak, yang dapat menimbulkan kebosanan dengan tidak adanya variasi program. Untuk menghindari hal tersebut, perlu diadakannya pengelolaan dalam menyusun ataupun membuat suatu program di radio, yang mengartikan bahwa substansi dari pengelolaan adalah suatu tindakan yang dimulai dari penyusunan, perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, penilaian, atau bahkan sampai tahap evaluasi.

Di tengah masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim, kebutuhan akan siraman nilai-nilai rohani sangat dibutuhkan, maka dari itu selain sebagai media hiburan dan informasi, radio juga digunakan sebagai media untuk berdakwah ataupun media informasi yang bermanfaat untuk dunia maupun akhirat. Di era teknologi yang semakin maju ini memudahkan setiap orang untuk mendapatkan informasi, begitu juga dengan dakwah. Cakupan dakwah saat ini tidak semata-mata melalui kegiatan ceramah di dalam masjid ataupun pengajian pada umumnya. Saat ini melalui media massa berupa radio pun dapat diperdengarkan ceramah-ceramah atau ilmu-ilmu agama yang bermanfaat dengan mudah.

Hiburan sudah menjadi kebutuhan manusia, radio memiliki itu. Namun berbeda halnya dengan Radio Jakarta Islamic Centre (JIC) yang tidak hanya memuat program berisikan hiburan saja, namun juga turut diisi dengan pesan-pesan dakwah di setiap programnya. Siaran berupa musik pun diisi dengan musik-

musik islami yang berisikan pesan-pesan agama. Radio JIC dengan *tagline* nya yaitu sebagai “Suara Peradaban Islam” tetap bertahan dengan ideologinya ditengah munculnya beragam radio-radio komersil lainnya.

Dampak dari adanya globalisasi turut mempengaruhi peran dan fungsi dari radio yang sedikit banyak mengalami perubahan dalam berbagai aspek penyiaran dalam menyesuaikan dengan pertumbuhan teknologi dan perkembangan masyarakat sosial agar tetap menjadi radio yang diminati dan didengar oleh masyarakat luas Hal ini yang membuat Radio JIC terus memperbaharui strategi dalam pengelolaan program dakwah yang baik untuk menjaga eksistensinya pada era globalisasi ini sebagai media dakwah kepada para pendengar, ditengah banyaknya radio komersil dan radio dakwah lainnya. Dengan kata lain jika dikaitkan dengan eksistensi, Radio JIC harus memiliki acuan dalam mempertahankan dan memajukan radio tersebut, menjaring banyak pendengar, terdapat fungsi manajemen yang jelas, adanya prestasi yang diperoleh, memiliki program unggulan yang menjadi garda terdepan dalam siaran radio, dan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat luas. Maka dari itu, dalam setiap pengelolaan programnya harus dipersiapkan, dilaksanakan, dan dievaluasi mengenai program-program apa saja yang dapat menarik perhatian agar tidak ditinggalkan oleh para pendengarnya.

Dalam mencapai tujuan tersebut, ada strategi yang harus dipersiapkan. Karena pada dasarnya sesuatu yang ingin dicapai tidak lepas dari yang namanya strategi. Strategi dalam pengelolaan program dakwah dapat membuat suatu lembaga termasuk radio, terhindar dari kesalahan dan kerugian akibat tidak efisien

dan tidak efektifnya radio dalam pengelolaan program yang juga berdampak pada keseluruhan proses siaran.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor yang dapat menjaga eksistensi dari Radio JIC dalam menghadapi era globalisasi ini adalah strategi dalam pengelolaan program dakwah yang membuat Radio JIC dapat terus bertahan dalam menjaga eksistensi di era globalisasi sampai saat ini dikalangan para pendengarnya, di tengah persaingan dengan radio dakwah dan radio komersil lainnya. Dari fenomena tersebut membuat penulis memilih tema pembahasan penelitian dengan judul **“Strategi Pengelolaan Program Dakwah Radio Jakarta Islamic Centre Di Era Globalisasi”**

B. Identifikasi Masalah

1. Menurunnya angka pendengar dan pengguna media massa radio dari tahun ke tahun.
2. Segmentasi yang terbatas pada penggunan dan pendegar radio secara umum
3. Tingkat persaingan yang tinggi dengan media-media massa lain dan media sosial.
4. Variasi dan inovasi program radio sebagai media dakwah yang dilakukan terkesan monoton.

C. Pembatasan dan Perumusan Masalah

1. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka dapat dibatasi masalah pada strategi yang digunakan dalam pengelolaan program

menurut George R. Terry pada teori pengelolaan mengenai strategi yang digunakan dalam pengelolaan program dakwah di Radio Jakarta Islamic Centre.

2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan, yaitu :

- a. Bagaimana strategi perencanaan pengelolaan program dakwah Radio Jakarta Islamic Centre di era globalisasi ?
- b. Bagaimana strategi pelaksanaan pengelolaan program dakwah Radio Jakarta Islamic Centre di era globalisasi ?
- c. Bagaimana strategi pengawasan pengelolaan program dakwah Radio Jakarta Islamic Centre di era globalisasi ?

D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengelolaan program dakwah Radio Jakarta Islamic Centre dalam menjaga eksistensinya, yaitu:

- a. Untuk mengetahui strategi perencanaan pengelolaan program dakwah Radio Jakarta Islamic Centre di era globalisasi.
- b. Untuk mengetahui strategi pelaksanaan pengelolaan program dakwah Radio Jakarta Islamic Centre di era globalisasi.
- c. Untuk mengetahui strategi pengawasan pengelolaan program dakwah Radio Jakarta Islamic Centre di era globalisasi.

2. Kegunaan Penelitian

a) Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat menambah khazanah pengetahuan dalam bidang pengelolaan program, ilmu dakwah, dan peradioan dalam rangka menjaga dan memajukan dakwah Islam.

b) Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai kajian keilmuan dalam bidang penelitian ilmu dakwah yang menjadi rujukan bagi radio dakwah lainnya menggunakan media berupa radio dalam hal merumuskan strategi yang digunakan dalam pengelolaan program dakwah secara tepat dalam mengatasi dinamika dakwah yang terus berkembang di masyarakat dari hari ke hari.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif, yang dimana peneliti melakukan penelusuran untuk mengeksplorasi serta memahami fenomena dan fakta yang terjadi di lapangan pada Radio Jakarta Islamic Centre dalam pengelolaan program dakwahnya.

Adapun peneliti memilih jenis penelitian ini dikarenakan dapat membantu ketersediaan yang kaya akan suatu fenomena untuk mendorong pemahaman atas suatu fakta yang ada, membuka pandangan peneliti terhadap hal-hal yang sedang terjadi saat ini, data yang dihasilkan berdasarkan realitas yang ada, keterlibatan sumber data yang jelas, data yang digunakan bersifat naratif bukan numerik, sampel yang diambil tidak terlalu banyak dan lebih mudah dalam menjangkaunya. Hal ini dapat dilakukan dengan mendatangi langsung objek penelitian dengan menggali sumber jenis data secara keseluruhan.

Adapun analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif yang berfokus pada data yang ada atau penelitian nonhipotesis sehingga dalam langkah penelitiannya tidak perlu merumuskan hipotesis serta melukiskan secara sistematis mengenai fakta atau karakteristik objek penelitian secara faktual dan cermat.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Radio Jakarta Islamic Centre yang bertempat di area bisnis Jakarta Islamic Centre Jl. Kramat Jaya, Tugu, Koja Jakarta Utara, 14260. Adapun waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret-April 2020.

3. Sumber dan Jenis Data

Jenis data terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer digali langsung dari subjek penelitian yang bertanggung jawab di Radio Jakarta Islamic Centre diantaranya direktur utama, program direksi, penyiar, dan semua jajaran yang terlibat di Radio Jakarta Islamic Centre.

Sedangkan data sekunder adalah data yang berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia yang berkaitan dengan penelitian ini. Sumber data sekundernya berupa buku-buku yang berkaitan dengan radio, majalah dan artikel dari Radio JIC itu sendiri, atau karya ilmiah yang berkaitan dengan Radio JIC untuk memberikan referensi dalam melakukan penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh dari data primer (studi lapangan) yang meliputi : observasi, wawancara, telaah teks program, dan dokumentasi yang dijelaskan sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengamati sebagaimana yang dilihat oleh subjek penelitian saat itu. Peneliti melakukan ini untuk mendapatkan data umum tentang profil Radio Islamic Jakarta Centre dan data khusus berupa strategi pengelolaan program yang dilakukan oleh Radio Islamic Jakarta Centre, kemudian juga tentang dokumen-dokumen dan hal-hal lain yang berkaitan dengan dakwah melalui radio.

b. Wawancara

Peneliti mewawancarai orang-orang yang terlibat dalam semua proses kegiatan siaran dakwah Radio Jakarta Islamic Centre, seperti Bapak Ade Suhandi sebagai direktur program, Bang Dipo Khairul Islami sebagai penyiar, dan Bang Zay selaku teknisi program dari Radio Jakarta Islamic Centre.

c. Telaah Teks Program

Selain wawancara, peneliti mencoba menggali informasi data secara lebih mendalam lagi, yaitu melalui data-data siaran program yang ada pada Radio Jakarta Islamic Centre. Setelah itu data siaran tersebut penulis transkrip kedalam teks.

d. Dokumentasi

Dokumentasi yang diambil dalam pengumpulan data ini berupa tulisan, gambar, foto, atau karya-karya monumental dari seseorang yang berkaitan dengan Radio Jakarta Islamic Centre.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif, di mana analisis datanya dilakukan dengan cara non statistik, yakni penelitian yang

dilakukan dengan menggambarkan atau yang diperoleh oleh peneliti melalui kata-kata atau kalimat dalam kategori-kategori tertentu untuk memperoleh kesimpulan.

Model analisis data yang digunakan adalah :

a. Reduksi Data

Dalam langkah ini, peneliti berupaya untuk menghasilkan catatan lapangan di Radio Jakarta Islamic Centre, kemudian diidentifikasi tentang adanya satuan yang berkaitan dengan tujuan penelitian yaitu bagian terkecil yang ditemukan dalam data yang memiliki makna jika dikaitkan dengan perumusan masalah. Maka dari itu data yang didapat dapat dikumpulkan dan dipilah-pilah oleh peneliti dan mengklarifikasinya agar dapat ditelusuri lebih lanjut.

b. Penyajian Data

Langkah ini dilakukan peneliti setelah data-data yang ada di reduksi. Dalam penelitian ini penyajian data yang digunakan peneliti berupa uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, tabel mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pengelolaan program dakwah di Radio Jakarta Islamic Centre.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi terdapat sistematika penulisan yang merupakan bagian penting guna menginformasikan garis-garis besar apa saja dari masing-masing bab yang memiliki keterkaitan satu sama lain. Hal ini dilakukan agar mengurangi kekeliruan dan kesalahan dalam penyusunan skripsi

Adapun penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab. Dimana dari masing-masing bab terbagi ke dalam sub-sub bab dengan penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah dan pembatasan masalah, tujuan serta kegunaan

penelitian, metodologi penelitian, tinjauan pustaka dan sistematika penulisan.

BAB II : Kajian teori yang terdiri dari landasan teori yang berisikan tentang strategi dakwah, dakwah era globalisasi, tahapan strategi pengelolaan program dakwah radio, radio sebagai media dakwah.

BAB III : Profil dari lembaga atau organisasi yang diteliti, tempat penelitian. Diantaranya, sejarah gambaran umum, visi dan misi Radio Jakarta Islamic Centre, segmentasi dan komposisi program, struktur organisasi Radio Jakarta Islamic Centre, dan program siaran dari Radio Jakarta Islamic Centre.

BAB IV : Penelitian dan pembahasan mengenai deksripsi data dan pembahasan hasil penelitian mengenai strategi pengelolaan program dakwah di Radio Jakarta Islamic Centre.

BAB V : Penutup penelitian yan terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi dan saran-saran mengenai strategi pengelolaan program dakwah di Radio Jakarta Islamic Centre beserta lampiran-lampiran.