

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi menuntut informasi menjadi sebuah kebutuhan yang paling berharga bagi semua pihak dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut yang menjadi salah satu latar belakang bermunculannya media informasi publik seperti televisi, internet, radio, pers. Radio merupakan salah satu media masa yang eksistensinya terus tergerus oleh banyaknya media masa yang bermunculan dengan kelebihan masing-masing. Radio mempunyai sifat khas yang dapat dijadikan sebagai kekuatan yang dimilikinya dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat yaitu bersifat auditif, sifat yang terbatas pada rangkaian suara atau bunyi yang hanya menerpa indra telinga, oleh karena itu radio tidak menuntut khalayaknya untuk memiliki kemampuan membaca dan melihat, melainkan hanya kemampuan mendengar. Radio mempunyai kelebihan diantara media masa yang lain antara lain pesan yang diampaikan oleh radio merupakan siaran yang dapat diterima oleh pendengar dengan tidak mengenal jarak dan rintangan, tanpa mengeluarkan banyak biaya dan tanpa banyak menyita waktu untuk menikmati program acara sebuah radio.

Melalui siaran radio maka informasi dapat sampai atau didengar oleh orang, baik yang berada di kota-kota maupun di pelosok desa. Oleh karena itu, peranan radio siaran, baik pemerintah maupun non pemerintah sangat diharapkan oleh masyarakat untuk mengisi kekurangan pengetahuan terutama dalam penyampaian informasi. Dengan demikian maka radio pun menjadi

pilihan yang tepat untuk mendapatkan berbagai macam informasi. Dalam melakukan komunikasi terdapat langkah-langkah spesifik yang harus diambil untuk mempersiapkan informasi. Karena dalam melakukan proses komunikasi dibutuhkan kata-kata sehingga objek yang dituju bisa diyakini.

Dibandingkan dengan media massa lainnya, karakteristik khas Radio, sebagai berikut:

Imajinatif: Karena hanya alat indera pendengaran yang digunakan khalayak dan pesannya pun selintas, maka pesan radio dapat mengajak komunikannya untuk berimajinasi. Radio bersifat theatre of mind artinya radio mampu menciptakan gambar (makes picture) dalam pikiran pendengar melalui kekuatan kata dan suara.

Auditori: Sifat ini muncul sebagai konsekuensi dari sifat radio yang hanya bisa didengar. Manusia mempunyai kemampuan mendengar yang terbatas, maka pesan komunikasi melalui radio diterima selintas. Pendengar tidak akan dapat mendengar kembali (rehearing) informasi yang tidak jelas diterimanya, karena ia tidak bisa meminta kepada komunikator/ penyiar untuk mengulang informasi yang hilang kecuali ia merekamnya. Dengan perkataan lain, pesan radio disusun secara singkat dan jelas (concise and clear)

Akrab/Intim: Sebagaimana dilakukan sehari-hari, kita jarang mendengar acara siaran radio secara khusus. Pada umumnya kita mendengar radio sambil melakukan kegiatan atau melaksanakan pekerjaan lainnya.

Identik dengan Musik: Radio adalah sarana hiburan termurah dan tercepat sehingga menjadi media utama untuk mendengarkan musik.

Mengandung gangguan: seperti timbul tenggelam/fading dan gangguan teknis (*channel noise factor*)¹

Dengan segala keterbatasan yang dimiliki oleh radio sebagai media masa penyalur informasi secara auditif, radio memiliki peranan yang sangat penting pada masyarakat golongan menengah kebawah. Tanpa dipungkiri keberadaan radio sama saja seperti keberadaan televisi atau smartphone pada masyarakat golongan menengah keatas yang penggunaanya adalah sebagai media hiburan, informatif, dan edukatif. Dengan keterbatasannya itulah radio mempunyai keunggulan. Keunggulan radio sebagai media penyiaran, antara lain:

Cepat dan Langsung: Radio adalah sarana tercepat, bahkan lebih cepat dari surat kabar atau dan televisi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat tanpa lewat proses yang kompleks dan butuh waktu yang lama seperti TV dan media cetak.

Akrab: Radio adalah alat yang “mendekatkan” atau mengakrabkan pendengar/ khalayak dengan penyiar bahkan dengan pemiliknya. Orang cenderung jarang mendengarkan siaran radio secara berkelompok akan tetapi justru orang seringkali mendengar radio secara sendirian.

Hangat: Perpaduan antara kata-kata, musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar. Pendengar akan bereaksi atas kehangatan suara penyiar dan seringkali pendengar berpikir bahwa penyiar adalah sebagai teman bagi mereka.

¹ Riswandi, *Dasar-dasar Komunikasi*, (Bandung: PT. Graha Ilmu, 2016), h. 12

Tanpa batas: Siaran radio mampu menembus batas-batas geografis dan kultural serta kelas sosial. Bahkan hanya orang “tunarungu” yang tidak mampu menikmati sebuah siaran radio.

Murah: Harga dari pesawat radio sekaligus mendengarkan siarannya relatif jauh lebih murah dibandingkan dengan harga sebuah televisi atau berlangganan media cetak. Bahkan pendengar siaran radio pun tidak dipungut iuran sepeser pun

Fleksibel: Siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas lain seperti belajar, memasak, mengemudi, membaca surat kabar, dan sebagainya.²

Kabupaten Kebumen memiliki beberapa siaran radio sebagai salah satu penyalur informasi kepada pendengar baik kepemilikan swasta maupun milik pemerintah. Berbagai macam program acara baik yang bersifat informatif, hiburan, dan edukatif terdapat dalam siaran-siaran radio yang berada di wilayah kabupaten kebumen sesuai dengan kebutuhna masyarakat. Sebagai daerah yang mayoritas penduduknya beragama islam, pengaruh siaran radio di daerah lokal tanpa dipungkiri berpengaruh terhadap pola pikir maupun pola sikap masyarakat, karena masyarakat dengan golongan menengah kebawah masih banyak yang menggunakan siaran radio sebagai media penyalur informasi kepada msyarakat.

Dalam melaksanakan dakwah, menggunakan media radio cukup efisien, karena dapat menjangkau berbagai macam lapisan masyarakat dan latar

² Riswandi, *Dasar-dasar Komunikasi*, (Bandung: PT. Graha Ilmu, 2016), h. 13

belakangnya. Hal ini mempermudah masyarakat untuk menangkap pesan dari siaran radio. Jika dakwah dilakukan melalui siaran radio akan lebih mudah dan praktis, dengan demikian dakwah akan mampu menjangkau jarak komunikasi yang jauh dan tersebar. Efektifitas dan efisiensi ini juga akan terdukung jika seorang da'i mampu memodifikasi dakwah dalam metode yang cocok dengan situasi dan kondisi siaran, baik melalui metode ceramah, sandiwara radio, talk show, atau bentuk-bentuk yang lain

Radio IN FM Kebumen dengan jargonnya "Pancen Nggo Kebumen" yang sekarang berganti menjadi "*Family Station*" adalah satu-satunya radio tertua yang berada di kabupaten Kebumen yang kepemilikannya di bawah instansi Pemerintah Kabupaten Kebumen di bawah bagian Dinas Inforkom dan Telematika Kabupaten Kebumen. Letak studio Radio IN FM Kebumen adalah di wilayah kecamatan Kebumen atau tepatnya di Jalan Kutoarjo No. 6 Kebumen 54312. Radio IN FM yang berfrekuensi 90,60 FM memosisikan dirinya sebagai radio penyambung komunikasi antara rakyat dan Pemerintah. Selain itu program berita yang disajikan paling banyak dibandingkan dengan radio-radio lain yang ada di daerah Kabupaten Kebumen, radio IN FM Kebumen juga memiliki beberapa program acara islami yaitu Pengajian Malam Jumat dan Mimbar Islam.

Program Mimbar Islam merupakan satu-satunya siaran islami yang siarkan secara on air. Selain itu, program Mimbar Islam merupakan salah satu program yang menyiarkan acara islami berbentuk dialog interaktif dan Kementrian Agama Kabupaten Kebumen. Dengan adanya program acara

Mimbar Islam tentunya nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran Islam baik akidah dan syari'ah dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat yang mayoritas beragama Islam sehingga nilai-nilai dan ajaran agama Islam menjadi pijakan dalam hidup bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

Untuk mencapai tujuan tersebut tentunya harus ada langkah-langkah yang dilakukan oleh manajemen radio IN FM Kebumen agar penyampaian informasi kepada masyarakat khususnya dalam acara Mimbar Islam dapat tersampaikan secara maksimal. Radio IN FM Kebumen merupakan satu-satunya radio lokal yang dimiliki oleh pemerintah Kabupaten Kebumen, maka penayangannya harus benar-benar baik, terutama program yang berbasis islami seperti Mimbar Islam karena penduduk mayoritas di Kebumen beragama Islam. Hal itu sangat penting bagi kebutuhan rohani masyarakat muslim. Maka dari itu dibutuhkan suatu strategi untuk menjalankan produksi program Mimbar Islam supaya hasil produksinya benar-benar matang.

Strategi yang baik akan menghasilkan program acara yang baik. Begitu pula program Mimbar Islam supaya semakin dikenal oleh masyarakat, lebih maju dan berkembang perlu dilakukan penilaian atau suatu evaluasi agar sesuai dengan visi misi radio IN FM Kebumen. Peneliti merasa tertarik untuk mengkaji bagaimana strategi penyiaran dalam program acara Mimbar Islam yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan sehingga out put yang dihasilkan dari program tersebut dapat dirasakan oleh masyarakat. Berdasarkan uraian diatas, peneliti akan melakukan penelitian

lebih dalam mengenai Strategi Penyiaran Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Program Acara Mimbar Islam Di Radio In Fm Kebumen

B. Definisi Operasional

Agar dapat melihat gambaran secara lebih lebih jelas mengenai penelitian yang akan di bahas, maka peneliti perlu memberikan penjelasan berkenaan dengan judul yang diangkat sebagai berikut:

1. Strategi Penyiaran

a. Pengertian Strategi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Namun, dalam mencapai sebuah tujuan, strategi tidak hanya berfungsi menjadi peta yang menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.³ Pengertian dari taktik operasional adalah bahwa pendekatan (*approach*) sewaktu-waktu dapat berbeda, disesuaikan dengan situasi dan kondisinya. Perlu diingat, bahwa strategi komunikasi sangat diperlukan dalam menentukan sebuah langkah. Hal ini dimaksudkan agar pesan dapat tersampaikan secara efektif hingga tercapainya tujuan secara umum⁴

Menurut Stephen Robbins seperti yang dikutip Morissan dalam bukunya manajemen public relation: strategi menjadi humas professional, strategi adalah penentu tujuan jangka panjang sebuah

³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi dan Praktik*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), h. 29

⁴ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), h. 29

organisasi, pemberi keputusan arah tindakan, dan penghasil sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan⁵. Dalam kata lain, strategi adalah cara dalam mencapai suatu tujuan yang diharapkan, baik dengan jangka panjang maupun jangka pendek untuk mencapai hasil akhir yang efektif, dengan mempertimbangkan tindakan-tindakan yang akan dilakukan, dan mencari sumber-sumber yang menjadi faktor pendorong dalam mewujudkan tujuan organisasi.

Strategi adalah penempaan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan memperhatikan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan pelaksanaannya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi dapat tercapai. Penetapan sasaran organisasi perlu memperhatikan faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal merupakan faktor pendukung diluar faktor internal. Hal ini dilakukan agar implementasi strategi dapat berjalan dengan lancar sehingga tujuan dan sasaran organisasi akan tercapai sesuai rencana.

Berdasarkan dari pernyataan yang dikemukakan oleh beberapa ahli komunikasi di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa strategi merupakan suatu proses perencanaan tindakan untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan, dengan implementasi secara sistematis, efektif dan efisien. Strategi juga menjadi acuan atau penentu tujuan, baik dalam

⁵ Morissan, *Manajemen Public Relation: Strategi Menjadi Humas Professional*, (Jakarta: Randina Prakasa, 2006), h. 152

jangka panjang maupun jangka pendek agar dapat mencapai hasil yang diharapkan oleh sebuah organisasi.

Pemilihan strategi merupakan langkah krusial yang memerlukan penanganan secara hati-hati dalam perencanaan komunikasi. Jika mengalami kesalahan dalam pemilihan strategi atau melakukan kekeliruan, maka hasil yang diperoleh bisa berakibat fatal, terutama kerugian dari segi waktu, materi, tenaga dan juga tujuan yang diinginkan pun tidak berjalan dengan baik. Oleh karena itu, strategi juga merupakan rahasia yang harus disembunyikan oleh para perencana. Secara garis besar strategi di bagi menjadi tiga tahapan, yaitu:

1. Perumusan Strategi

Langkah pertama yang harus dilakukan adalah merumuskan strategi apa yang akan digunakan. Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategi, memahami adanya peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan secara internal, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi untuk dilaksanakan.

Dalam strategi juga ditentukan suatu sikap untuk memutuskan, memperluas, menghindari dan melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan. Perumusan strategi dilakukan dengan mengembangkan tujuan-tujuan apa saja yang akan dicapai dan merumuskan strategi lainnya termasuk mengatasi faktor eksternal dan internal. Selanjutnya, memilih

strategi alternatif dan strategi apa yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan, serta menentukan sikap untuk mengambil keputusan dalam proses kegiatan organisasi

2. Implementasi Strategi

Setelah merumuskan dan memilih strategi apa yang akan dilakukan, maka langkah berikutnya adalah melaksanakan strategi yang ditetapkan tersebut. Langkah ini merupakan langkah yang paling sulit dalam proses strategi manajemen. Sebab, banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi pelaksanaan dilapangan dan berjalan tidak sesuai perkiraan semula. Dalam tahap pelaksanaan strategi yang dipilih sangat membutuhkan komitmen dan kerjasama dalam pelaksanaan strategi yang tertuang dalam budaya organisasi. Jika tidak, maka proses formulasi dan analisis strategi hanya akan menjadi impian yang jauh dari kenyataan.

Dalam implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya yang akan ditampilkan melalui penetapan struktur organisasi yang efektif dan mengarahkan komunikasi dan mempersiapkan anggaran atau dana untuk berjalannya proses pelaksanaan strategi dan organisasi, serta mengembangkan dan memanfaatkan sistem informasi dan menghubungkan sumber daya manusia dengan kinerja organisasi dan apabila terjadi penyimpangan maka akan ditentukan penyebab- penyebabnya.

3. Evaluasi Strategi

Setelah tahap implementasi strategi dilaksanakan, maka tahap terakhir yang dilakukan adalah evaluasi strategi. Evaluasi strategi menjelaskan proses penilaian dari pelaksanaan strategi yang sudah dilakukan, apakah sudah mencapai hasil yang diharapkan atau tidak. Hal ini diperlukan, karena evaluasi menjadi tolak ukur strategi yang akan dilaksanakan kembali oleh suatu organisasi dan evaluasi sangat diperlukan untuk memastikan sasaran yang dinyatakan telah dicapai. Maksudnya adalah dalam tahap evaluasi strategi, organisasi atau perusahaan melakukan kajian ulang terhadap strategi yang digunakan dalam tahap implementasi strategi, karena dalam tahap ini kita bisa melihat proses strategi yang sudah dijalankan. Mengukur hasil, sesuai atau tidaknya apa yang diharapkan dengan kenyataan. Prosesnya dapat dilakukan dengan menyelidiki penyimpangan pelaksanaan dari rencana. Setelah itu harus segera mengambil langkah korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana⁶

b. Pengertian Penyiaran

Penyiaran dan siaran lahir berkat perkembangan teknologi elektronik yang diaplikasikan ke dalam bentuk teknologi komunikasi dan informasi, selanjutnya dibuatlah bentuk mekanisme komunikasi yang terjalin antara manusia, yang terhubung melalui suatu pancaran gelombang elektromagnetik oleh transmisi pemancar. Proses

⁶ Etta Mamang S, Sopiah, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: CV Andi Ofset, 2021), h. 17-18

komunikasi tersebut terjadi seperti halnya hubungan telpon dua titik yang sedang berbicara. Serta komunikasi pada program siaran televisi dan radio, dimana suatu titik pemancar yang menyebarkan gelombang elektromagnetik dan diterima oleh masyarakat di rumah melalui antena receiver di televisi dan radionya. Penyiaran merupakan proses komunikasi suatu titik ke audien, yaitu suatu proses pengiriman informasi atau isi pesan dari seseorang atau produser (profesi) kepada masyarakat melalui proses pemancaran gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi. Proses ini dapat berupa siaran radio ataupun televisi

Penyiaran menurut JB. Wahyudi (1996) adalah semua kegiatan yang memungkinkan adanya siaran radio dan televisi yang meliputi segi ideal, perangkat keras dan lunak yang menggunakan sarana pemancaran atau transmisi, baik di darat maupun di antariksa, dengan menggunakan gelombang elektromagnetik atau jenis gelombang yang lebih tinggi untuk dipancarluaskan dan dapat diterima oleh khalayak melalui pesawat penerima radio atau televisi, dengan atau tanpa alat bantu Penyiaran ialah merupakan suatu usaha yang dimana digunakan untuk mengkomunikasikan informasi untuk memberitahukan sesuatu. Meskipun informasi tersebut dapat mencapai jutaan pendengar, namun ditujukannya kepada pendengar secara perorangan dan mengkomunikasikan tersebut sempurna apabila pendengar mendengarkan, mengerti, dan merasa tertarik, lalu melakukan apa yang

ia dengar itu.

Sedangkan Penyiaran Radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan. Penyiaran adalah seluruh proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, penyiapan bahan siaran kemudian pemancaran sampai kepada penerima siaran tersebut oleh pendengar.

Selanjutnya pada UU No. 32 Tahun 2002 ditegaskan bahwa lembaga penyiaran merupakan media komunikasi massa yang mempunyai peran penting dalam kehidupan sosial, budaya, politik, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, mendidik, hiburan dan serta kontrol sosial. Sebagai media massa, penyiaran termasuk media elektronik yang terjadwal secara periodik yang merupakan saluran komunikasi massa jenis media tidak langsung. Dalam menjalankan fungsinya, lembaga penyiaran mempunyai kode etik yang dipegang oleh setiap lembaga penyiaran. Digunakannya kode etik ini agar dalam menjalankan tugasnya tidak menyebabkan timbulnya gejolak di masyarakat atau bahkan antara masyarakat dan lembaga penyiaran itu sendiri.

Ada tiga sistem untuk menyebarluaskan siaran sebagai berikut:

1) Sistem Terrestrial

Sistem ini memancarkan melalui sinyal di atas permukaan tanah dengan menggunakan microwave. Pemancar SHF (Super High Frequency) harus bebas hambatan.

2) Sistem Satelit

Sistem penyiaran ini melakukan bantuan satelit, satelit komunikasi yang dipergunakan khusus untuk keperluan komunikasi. Satelit ini bertempat di *Geo Stationary Orbitte* atau *Geo Synchronize Orbitte* (GSO). GSO adalah wilayah di luar angkasa setinggi 35.860 km di atas garis khatulistiwa. Satelit komunikasi yang terletak di GSO dapat meliputi sepertiga dunia dengan demikian untuk menghubungkan berbagai tempat dipermukaan bumi di perlukan tiga setelit komunikasi.

3) Sistem *Direct Broadcasting Satelkit* (DBS)

Prinsip dasar sistem DBS adalah daya pada pemancar transponder satelit diperbesar dan pancaran diarah pada sasaran.⁷ Selain itu ada pula Jenis-jenis Penyiaran yang ada di Indonesia, antara lain :

a) Penyiaran Swasta

Lembaga penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran yang menjalankan usaha penyiaran berdasarkan prinsip-prinsip komersial. Lembaga ini menjual usaha berupa waktu tayang (*air time*), iklan,

⁷ Riswandi, *Dasar-dasar Komunikasi*, (Bandung: PT. Graha Ilmu, 2016), h. 9

dan usaha lain yang sah terkait dengan penyelenggaraan penyiaran. Di Indonesia sendiri untuk menjalankan usaha penyiaran, terlebih dahulu harus mendapatkan izin dari Negara setelah memperoleh persetujuan dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)

b) Penyiaran Publik

Lembaga penyiaran publik adalah lembaga penyiaran yang tidak bersifat komersial/independen/netral dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan publik. Sumber pendanaan penyiaran publik berasal dari Negara, iuran, iklan, dan donator yang tidak mengikat. Penyiaran publik memiliki 5 ciri antara lain: akses publik, dana publik, akuntabilitas publik, keterlibatan publik, kepentingan publik. Hakikat sesungguhnya dari penyiaran publik yakni diakuinya supervise dan evaluasi publik pada level yang signifikan dan iklan bukanlah sesuatu yang “haram

c) Lembaga Penyiaran Komunitas

Lembaga penyiaran komunitas merupakan suatu lembaga yang didirikan oleh komunitas tertentu yang menjalankan aktivitas penyiaran secara independen/netral, daya pancar rendah, jangkauan wilayah terbatas, tidak pula komersial serta melayani kepentingan komunitas. Pada lembaga penyiaran ini diperbolehkan untuk menggunakan bahwa daerah sesuai dengan komunitas yang dilayaninya⁸

⁸ Riswandi, *Dasar-dasar Komunikasi*, (Bandung: PT. Graha Ilmu, 2016), h. 17-18.

c. Strategi Penyiaran

Strategi adalah perencanaan untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai jalan yang hanya memberi arah saja melainkan harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya. Strategi adalah sebuah tindakan untuk mencapai tujuan dalam penyiaran, yaitu bagaimana mempertahankan pendengarnya atau khalayak secara tepat, efektif, dan efisien melalui pemancar. Penyiaran atau dikenal juga dengan istilah broadcasting merupakan suatu kegiatan, di dalam menyampaikan pesan, ide, hasrat, kepada khalayak dengan menggunakan fasilitas *frequency*, dengan kata lain dunia broadcasting merupakan suatu kegiatan penyiaran yang dilakukan oleh seorang penyiar. Strategi merupakan suatu perencanaan dalam organisasi agar tujuan dapat dicapai. Jadi, strategi adalah alat untuk membangun, mengembangkan maupun mempertahankan sebuah stasiun radio yang selaras dengan bagaimana stasiun radio itu ingin dibentuk sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Penyiaran merupakan proses pengiriman informasi atau pesan kepada khalayak melalui proses pemancaran gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi. Proses ini dapat berupa siaran radio ataupun televisi. Strategi penyiaran yang dimaksud yakni bagaimana tahapan yang dilakukan Radio IN FM Kebumen dalam menyiarkan program Mimbar Islam. Bagaimana stasiun radio ini mengelola sebuah program untuk memperoleh maupun mempertahankan pendengar serta

meningkatkan pendengar untuk memenuhi kebutuhan pendengar akan informasi dan hiburan. Jadi strategi penyiaran yaitu suatu perencanaan dan metode dalam memberikan informasi kepada khalayak umum secara tepat, efektif, dan efisien melalui pemancar dalam usaha yang bertujuan untuk dapat mempertahankan posisi kekuatan dari para pesaing yang ada, baik untuk sekarang maupun masa yang akan datang.

Penyiaran berasal dari kata siar yang dimana artinya adalah tersebar atau menyebarkan ke semua arah. Penyiaran merupakan proses komunikasi suatu titik ke audien, yaitu suatu proses pengiriman informasi atau isi pesan dari seseorang kepada masyarakat atau khalayak melalui isi proses pemancaran gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi. Proses ini dapat berupa siaran radio ataupun televisi. Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan. Dalam penyiaran instrumen paling penting dalam radio yaitu penyiar, Penyiar secara sederhana dalam konteks komunikasi dimaknai sebagai komunikator dalam radio. Karena penyiar memiliki tugas dan peran dalam menyampaikan informasi yang dikemas melalui siaran radio. Seorang penyiar harus memiliki kemampuan oral yang mumpuni karena daya tarik utama yakni suara penyiar tersebut. Peran seorang penyiar pada dasarnya adalah sebagai komunikator yaitu menyampaikan segala bentuk informasi kepada

audience. Seorang penyiar radio selain harus menguasai pesan yang disampaikan harus bisa menguasai pendengarnya dan memiliki wawasan yang sangat luas. Pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi penyiaran merupakan suatu perencanaan dan metode dalam memberikan informasi kepada khalayak umum secara tepat, efektif, dan efisien melalui pemancar dalam usaha yang bertujuan untuk dapat mempertahankan posisi kekuatan dari para pesaing yang ada, baik untuk sekarang maupun masa yang akan datang.

2. Minat Pendengar

a. Pengertian Minat Pendengar

Minat menurut kamus besar Bahasa Indonesia adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah keinginan. Jadi minat merupakan kecenderungan atau arah keinginan terhadap sesuatu untuk memenuhi dorongan hati, minat merupakan dorongan dari dalam diri yang mempengaruhi gerak dan kehendak terhadap sesuatu, merupakan dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Pendengar atau khalayak adalah orang-orang yang mendengarkan, misalnya mendengarkan radio, musik dan sebagainya. Pendengar adalah orang-orang yang ingin mendapatkan informasi dan ingin memiliki hubungan persahabatan dan kekeluargaan dengan radio. Selain itu pendengar adalah calon klien penanam modal dengan beriklan di stasiun radio tersebut.

Mereka mengkonsumsi sebuah produk siaran berdasarkan ketersediaan

waktu dan akses yang mudah terhadap pesawat penerima siaran radio. Pendengar akan mampu mengembangkan imajinasinya karena dua hal, yaitu pertama, referensi pengalaman yang mereka miliki terhadap suatu materi siaran. Kedua, referensi pikiran, kedekatan, dan ketajaman pikiran terhadap sebuah masalah yang sedang disiarkan. Sehingga jika sebuah radio tidak dapat memuaskan pendengar, maka pendengar dapat dengan mudah mengganti gelombang radio tersebut ke gelombang radio lain. Sehingga untuk meraup pendengar dan klien yang banyak maka sebuah radio harus memiliki penyiar yang tidak hanya berwawasan tinggi, tetapi juga hangat dan bersahabat. Tanpa pendengar maka sebuah radio akan mati suri. Sehingga upaya mempertahankan pendengar merupakan tanggungjawab bagi sebuah radio. Sehingga memahami karakter pendengar sangat penting.

b. Macam macam perilaku pendengar

- 1) Rentang konsentrasi dengarnya pendek karena menyimak radio sambil mengerjakan berbagai kegiatan lain.
- 2) Perhatiannya dapat cepat teralih oleh orang.
- 3) Tidak bisa menyerap informasi banyak dalam sekali dengar karena daya ingat yang terbatas akibat dari aktivitas pendengaran yang selintas.
- 4) Lebih tertarik pada hal-hal yang mempengaruhi kehidupan mereka secara langsung, seperti tetangga dan teman.
- 5) Secara mental dan literal (melek huruf) mudah mematikan radio.
- 6) Umumnya pendengar tidak terdeteksi secara konstan sehingga tidak

mengetahui apakah mereka pintar, heterogen, dan tidak fanatik⁹

Berdasarkan interaksi/partisipasi

1) Pendengar spontan

Orang yang mendengarkan radio secara tidak sengaja karena tidak berencana mendengarkan radio atau cara tertentu dan perhatiannya mudah beralih pada orang-orang tertentu.

2) Pendengar pasif

Orang yang sering mendengarkan radio untuk mengisi waktu luang dan menghibur diri dengan menjadikan radio sebagai teman biasa (penjaga toko).

3) Pendengar selektif

Orang yang mendengarkan radio pada jam dan acara tertentu, fanatik terhadap suatu acara tertentu atau penyiar tertentu dan menyempatkan diri untuk mendengarkan acara itu.

4) Pendengar aktif

Orang yang selalu mendengarkan radio, acara apapun, dimanapun, dan aktif melakukan interaksi melalui telepon, sms, messenger, whatsapp dan lain-lain. Pendengar jenis ini menjadikan radio sebagai sahabat utama dan tidak hanya di waktu luang

3. Program Radio IN FM Kebumen

Program atau programming adalah pengorganisasian program radio atau televisi dalam periode harian, mingguan atau bulanan. Programming

⁹ Skripsi Desty Prinda Zahra, "*Strategi Penyiaran Radio Republik Indonesia*," 40

dalam bahasa Indonesia adalah penjadwalan program yang akan diudarakan.¹⁰ Lembaga penyiaran umumnya menggunakan strategi, yaitu secara rutin mengganti ulang penjadwalan ini untuk tetap merebut perhatian pendengar atau pemirsa dengan hadirnya program-program yang terbaru.

Program siaran dapat diartikan sebagai satu bagian atau satu segmen dari isi siaran radio atau televisi secara keseluruhan. Dapat pula dikatakan keseluruhan siaran dalam satu stasiun penyiaran tersusun dari program siaran yang mana masing masing program siaran menempati waktu-waktu tertentu. program adalah susunan mata acara yang disiarkan, baik harian, mingguan, tengah bulanan, triwulan, tengah tahunan dan tahunan. Dalam pengelolaan penyiaran radio, penentuan program harus dilakukan dengan hati-hati dan penuh perhitungan. Secara garis besar program yang diproduksi haruslah sesuai dengan format yang diusung oleh stasiun radio dan segmentasi pendengar yang sudah ditentukan. Pengelolaan alokasi waktu, jadwal acara, pemberian nama acara, materi dan nama udara penyiar akan sangat menentukan program tersebut akan didengar atau tidak.¹¹

Strategi meningkatkan pendengar yang digunakan dalam penyiaran untuk mendapatkan simpati pendengar meliputi :

a. Strategi Kesesuaian (*Compability*)

Strategi kesesuaian meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe

¹⁰ Budianto, “*Pengertian Programming, Pengertian Ilmu*”, 5 April, 2016, <https://www.pengertianilmu.com/2016/04/pengertian-programming.html> dikunjungi pada tanggal 16 Juni 2023

¹¹ Cut Hanifah Nafandri, “*Strategi Programming Green Radio 96,7 Fm Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Jazz In The City*” (Skripsi, Uin Suska Riau, 2020), 11.

program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Radio siaran harus memproduksi program yang cocok dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya dan selalu berbedabeda dari waktu ke waktu. Karena itu untuk menyesuaikan kondisi dan kebiasaan pendengar, perlu dilakukan pemilihan dan penjadwalan yang tepat.

b. Strategi Pembentukan Kebiasaan (*Habbit Formation*).

Pembentukan kebiasaan disini adalah membentuk kebiasaan kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama. Oleh karena itu, penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin dan selalu menempatkan waktu yang sama pada jangka waktu tertentu.

c. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (*Control of Audience Flow*).

Pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan pendengar yang mengalir dari satu program ke program berikutnya, dan untuk meminimalkan pendengar mengalihkan saluran ke pihak pesaing. Hal ini dapat dilakukan dengan menyajikan program yang berbeda dengan radio lain (*countering*) atau menyajikan program acara serupa atau mirip dengan radio siaran lain (*blunting*)

d. Penyimpanan sumber-sumber Program (*Consevation of Program Resources*).

Penyimpanan sumber-sumber program ini dimaksudkan agar suatu saat program bisa dipakai kembali, tapi tentu saja dengan cara penyajian yang berbeda pula. Ketersediaan materi dan sumber daya lain sebagai pendukung program harus benar-benar diperhitungkan karena jam

siaran yang terus menerus sepanjang hari. Diantaranya dengan mengemas ulang materi tersebut dengan pendekatan dan cara penyajian yang berbeda.

e. Strategi Daya Penarik Massa (*Mass Appeal*)

Daya penarik massa sangat penting untuk diperhatikan karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin untuk menarik perhatian pendengar dengan membenahi program siaran semenarik mungkin dan sesuai dengan kebutuhan pendengar. Perbedaan minat dan hal yang disukai oleh pendengar harus diperhatikan oleh radio siaran. Sehingga semuanya dapat diakomodir dalam program yang disajikan

Program Mimbar Islam merupakan satu-satunya siaran islami yang siarkan secara on air. Selain itu, program Mimbar Islam merupakan salah satu program yang menyiarkan acara islami berbentuk dialog interaktif yang bekerja sama dengan Kementrian Agama Kabupaten Kebumen. Dengan adanya program acara Mimbar Islam tentunya nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran Islam baik akidah dan syari'ah dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat yang mayoritas beragama¹²

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah:

1. Bagaimana Strategi Penyiaran Dalam Meningkatkan Minat Pendengar

¹² Mariyatul Qibtiyah, "*Strategi Radio Dalam Mempertahankan Minat Pendengar*" (Skripsi, uniska-bjm. Kalsel, 2020)

Pada Program Acara Mimbar Islam Di Radio In Fm Kebumen?

2. Hasil apa yang diperoleh dari Strategi Penyiaran Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Program Acara Mimbar Islam Di Radio In Fm Kebumen?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Berdasarkan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan yang dapat dirumuskan dalam penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui strategi program Mimbar Islam dalam meningkatkan minat pendengar di Radio In Fm Kebumen
2. Untuk mengetahui hasil yang diperoleh dari Strategi Penyiaran Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Program Acara Mimbar Islam Di Radio In Fm Kebumen

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat bersifat teoritis dan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai kajian khususnya untuk LPPL Radio In FM Kebumen dalam menyusun

strategi penyiaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini memberikan pengalaman dan wawasan yang sangat berharga, terutama untuk pengaplikasian ilmu yang di dapat selama di bangku kuliah, khususnya ilmu penyiaran, juga dapat menambah wawasan bagi peneliti tentang bagaimana strategi radio dan apa saja kategori pendengar sehingga dapat memberikan khasanah bacaan ilmiah bagi mahasiswa UNUGHA CILACAP sebagai acuan dan pertimbangan dalam penulisan karya ilmiah selanjutnya.
- b. Bagi universitas, Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan refrensi akademis dan dapat memberikan pula pengembangan dan wawasan bagi mahasiswa UNUGHA CILACAP khususnya program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, agar penelitian ini bisa menjadi acuan saat skripsi.
- c. Bagi radio, Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan guna menyempurnakan program acaranya.
- d. Bagi masyarakat, Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan acuan bagi masyarakat untuk menjadikan radio sebagai sumber informasi yang berkualitas dan dapat dipercaya

F. Telaah Pustaka

Melalui tinjauan pustaka ini peneliti akan mengemukakan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan Strategi Penyiaran

Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Program Acara Mimbar Islam Di Radio In Fm Kebumen baik berupa skripsi, jurnal, buku, dan karya-karya yang ada. Hal ini bertujuan agar terlihat jelas kesinambungan antara penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian sebelumnya, berikut ini beberapa penelitian yang sudah ada

Skripsi berjudul *Strategi Penyiaran Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Pada Program Acara Gedang Agung Di Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Suara Lumajang Kabupaten Lumajang Tahun 2021* yang ditulis oleh Asirotul Mahfudhoh (NIM.D20171046). Dari Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember tahun 2021. Skripsi ini membahas tentang Strategi Penyiaran Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Pada Program Acara Gedang Agung Di LPPL Radio Suara Lumajang Kabupaten Lumajang. Fokus Penelitian ini yaitu : 1. Bagaimana strategi program Gedang Agung dalam mempertahankan minat pendengar di Radio Suara Lumajang ?, 2. Bagaimana kategori pendengar yang potensi untuk mempertahankan program gedang agung di Radio Suara Lumajang ?

Tujuan Penelitian ini yaitu : 1) untuk mengetahui strategi program Gedang Agung dalam mempertahankan minat pendengar di Radio Suara Lumajang. 2) untuk mengetahui kategori pendengar yang potensi untuk mempertahankan program gedang agung di Radio Suara Lumajang

Perbedaan dari skripsi yang disusun peneliti terletak pada fokus penelitiannya, fokus penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti dengan

judul Strategi Penyiaran Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Program Acara Mimbar Islam Di Radio IN FM Kebumen adalah untuk mengetahui strategi-strategi yang dilakukan oleh penyiar dan produser dalam meningkatkan minat pendengar pada program acara mimbar islam. Sedangkan pada penelitian sebelumnya berfokus pada mempertahankan pendengar

Skripsi berjudul *Strategi Komunikasi Radio Al-Fatih Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Pada Radio 107.3 FM)* yang ditulis oleh Vini Reza (Nim: 0101172073) Dari Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara tahun 2021.

Skripsi ini membahas strategi komunikasi dan promosi serta hambatan Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengarnya. Pemilihan Radio Al-Fatih sebagai objek penelitian didasarkan terhadap pertumbuhan dan fenomena pendengar radio di Kota Medan yang membutuhkan informasi, hiburan, dan program keagamaan. Radio Al-Fatih berada dihadapkan dengan berbagai radio lainnya di Kota Medan yang berusaha menawarkan banyak program menarik. Hal tersebut yang menjadi alasan penelitian ini berfokus terhadap strategi komunikasi Radio AlFatih dalam menarik minat pendengarnya melalui berbagai persaingan jumlah stasiun radio yang makin meningkat di Kota Medan

Sedangkan fokus penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti dengan judul Strategi Penyiaran Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Program Acara Mimbar Islam Di Radio IN FM Kebumen adalah untuk

mengetahui strategi-strategi yang dilakukan oleh penyiar dan produser dalam meningkatkan minat pendengar pada program acara mimbar islam.

Skripsi berjudul *Strategi Penyiaran Radio Republik Indonesia Dalam Upaya Mempertahankan Pendengar* (Studi Pada Manajemen Siaran Pro 2 FM Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia Mataram), ditulis oleh Desty Prinda Zahra (201510040311061) Dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang tahun 2019. Skripsi tersebut membahas tentang strategi penyiaran Pro 2 FM LPP RRI Mataram dalam mempertahankan pendengarnya. Penelitian ini menggunakan konsep Susan Tyler Eastman tentang Strategi Penyiaran yang terbagi menjadi lima strategi didalamnya, yaitu strategi kecocokan (*compatibility*), strategi pembentukan kebiasaan (*Habbit Formation*), strategi pengendalian arus pendengar (*control of aliran audiens*), strategi penarikan massal, dan strategi untuk menyimpan sumber daya program. Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif dan menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan LPP Pro 2 FM RRI Mataram untuk mempertahankan pendengar adalah strategi-strategi yang disebutkan dalam konsep Susan Tyler Eastman, yaitu strategi mengendalikan arus audiens dan juga Strategi Pembentukan Kebiasaan. Strategi tersebut dilakukan dengan melakukan kebiasaan lama mengevaluasi rapat untuk

mengurangi jumlah pendengar. Fokus penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti dengan judul *Strategi Penyiaran Dalam Meningkatkan Minat Pendengar Pada Program Acara Mimbar Islam Di Radio IN FM Kebumen* adalah untuk mengetahui strategi-strategi yang dilakukan oleh penyiar dan produser dalam meningkatkan minat pendengar pada program acara mimbar islam