

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia diciptakan Tuhan pada dasarnya dibekali dua peran sekaligus, yaitu sebagai makhluk pribadi dan makhluk sosial. Oleh karena nya di perlukan sarana yang disebut komunikasi sebagai jembatan penghubung baik antara manusia dengan lingkungannya dan manusia dengan dirinya sendiri. Secara umum, jenis komunikasi terdiri atas komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Keduanya selalu digunakan dalam setiap proses interaksi diantara manusia (Mukarom, 2020).

Satu kenyataan yang tidak dapat terbantahkan dan sangat memengaruhi proses komunikasi dalam masyarakat modern sekarang ini adalah keberadaan media massa (Nurudin, 2007). Dewasa ini media massa telah menjadi fenomena tersendiri dalam proses komunikasi. Media massa dapat diartikan sebagai hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa yang bentuknya media elektronik (televisi, radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku, dan film (Nurudin, 2007).

Saat ini, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang kian pesat tidak menepis kenyataan bahwa informasi yang terjadi di sekitar kita, kini dapat dengan mudah didapatkan di mana dan kapan saja. Sejalan dengan hal tersebut tentu menghadirkan peralatan yang mendukung proses komunikasi tersebut.

Salah satu saluran media massa yang dapat dijadikan alternatif dalam proses penyampaian pesan adalah radio. Radio merupakan media auditif (hanya bisa

didengar), tetapi murah merakyat dan mudah dibawa atau didengarkan di mana-mana. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinatif, sebab sebagai media yang buta, radio menstimuli begitu banyak suara dan berusaha memvisualisasi suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya (Morissan, 2018).

Sebagai teknologi komunikasi, radio tidak dapat melepaskan perannya dalam komunikasi agar tercipta hubungan antara pendengar dengan medianya untuk menyebarkan pesan secara cepat dan serentak kepada khalayak luas, khususnya di zaman sekarang dimana peristiwa yang terjadi di sekitar kini dengan mudah didapatkan.

Radio siaran di Indonesia berkembang mulai dari masa penjajahan Belanda, era reformasi hingga tahun 2005. Menurut catatan Persatuan Radio Siaran Swasta Negara Indonesia (PRSSNI) terdapat sekira 900 radio siaran swasta yang menjadi anggota. Namun banyak pula radio siaran swasta yang tidak terdaftar PRSSNI karena sejak reformasi, radio siaran tidak lagi diwajibkan menjadi anggota PRSSNI. Radio-radio tersebut mempunyai kewenangan untuk menyiarkan warta berita secara mandiri dengan nama program yang berbeda-beda (Ardianto et al., 2009).

Tercatat data terakhir jumlah pendengar radio mengalami peningkatan sejak tahun 2017, dengan menjangkau 22.759 juta orang per-hari di 10 kota dengan rata-rata mendengar sebanyak 120 menit atau lebih dari 2 jam dalam sehari (PRSSNI, 2020).

Seiring perkembangan teknologi dan informasi yang terus mengalami perubahan, maka radio tentu harus ikut berkembang agar tidak tergerus, eksistensinya tidak terusik, dan tetap menjadi salah satu media yang punya daya tarik untuk tetap didengarkan. Bahkan sebagai media penyiaran tertua di negara ini, radio masih menjadi alternatif media pilihan untuk disimak, lantaran konten dan program yang disiarkan sudah mengikuti perkembangan zaman.

Hadirnya *new media* seperti *podcast* tentu membuat perjuangan radio semakin berat karena persaingan media lama dan media baru yang kian bertambah. Pesatnya pertumbuhan internet menuntut pengelola siaran radio untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menarik pendengarnya. Karena apabila kalah bersaing, eksistensi radio akan tersisihkan karena dikalahkan oleh media internet (Nasution, 2017).

Media massa harus mempunyai daya saing (Nurudin, 2007). Daya saing sebuah radio akan sangat ditentukan oleh peran dari komunikatornya. Dalam konteks komunikasi massa, komunikatornya merupakan gabungan dari berbagai individu dalam sebuah lembaga media massa yang bertugas menyusun bagaimana kebijakan dirumuskan, bagaimana mengelola manajemen perusahaan media, bagaimana membuat khalayak untuk tetap berlangganan dan usaha-usaha lainnya yang dapat menumbuhkan daya saing agar loyalitas *audience* terus terjaga.

Radio selain berfungsi sebagai media hiburan dan informasi, radio juga dapat digunakan sebagai media untuk berdakwah, seperti yang kita ketahui bahwa di era canggih seperti ini teknologi yang semakin berkembang

memudahkan kita dalam mendapatkan semua informasi dengan cepat, begitu juga dengan dakwah. Dakwah islam hakikatnya adalah amar ma'ruf nahi dan nahyi munkar yang diimplementasikan pada berbagai lini kehidupan dan disalurkan melalui berbagai media komunikasi, termasuk media massa (Ma'arif, 2010).

Jika ditinjau dari aspek dakwah, radio sebagai medium dengan segala kelebihan dan karakteristiknya jika dikelola dengan baik dapat menjadi media dakwah yang efektif dan komersil. Lantaran tidak sedikit juga radio-radio yang pada akhirnya gulung tikar atas dampak pengelolaan yang tidak profesional. Mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, yang terdiri dari segmentasi mulai dari kaum bawah, menengah dan atas. Maka jika ditinjau secara sosial, radio juga memiliki pengaruh yang baik.

Akan tetapi dengan makin banyak stasiun radio yang bermunculan ditambah hadirnya radio *streaming* yang lebih mudah diakses dengan program-program yang dikemas lebih menarik dan beragam mengakibatkan radio dakwah tampaknya sulit untuk bertahan. Persaingannya malah tak hanya melibatkan media tapi antara media radio itu sendiri.

Perkembangan media saat ini harusnya dapat memberikan kontribusi bagi umat Islam dari berbagai aspek dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya media tentu menjadi suatu harapan masyarakat dalam memperoleh informasi seputar keagamaan, yang mana hal ini tidak terlepas dari peran personal para ahli pelaku operasi media tersebut.

Perkembangan dan persaingan radio di Sulawesi Selatan utamanya di Kota Makassar sangat ketat, terbukti dengan masih eksisnya siaran-siaran radio yang menyajikan seputar informasi aktual, *life style*, *entertainment*, musik, dan format siaran yang beragam, sehingga membutuhkan kemampuan dan keahlian untuk dapat mempertahankan pendengar dan menarik pendengar baru. Hendaknya program radio benar-benar dikemas sedemikian rupa. Juga dengan semakin banyaknya jumlah stasiun radio mengharuskan pengelola stasiun untuk semakin jeli dalam membidik audiensnya. Setiap produksi program harus mengacu pada kebutuhan audien yang menjadi target stasiun radio.

Saat ini bisa dijumpai lembaga penyiaran seperti radio dengan program yang memberikan tema ataupun materi dakwah Islam yang dikemas dengan semenarik dan sebagus mungkin agar dapat menarik perhatian pendengarnya. Ramainya penggemar siaran dakwah tentu membuat sejumlah radio yang secara khusus menyajikan siaran religi atau dakwah yang isinya fokus mengenai materi-materi dakwah. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan acara dakwah di internet, lantas tidak menghambat semangat program radio dakwah untuk terus eksis dikalangan para pendengar (Peradaban & Information, 2021). Sebagaimana di Kota Makassar, salah satunya Radio Al Markaz.

Salah satu radio yang terletak di Sulawesi Selatan, Makassar, yang menyajikan program keagamaan yakni Radio Al Markaz atau RAZ FM. Radio Al Markaz hadir di tengah-tengah kota Makassar sebagai radio swasta komersil dengan segmentasi religi sekaligus dilengkapi informasi-informasi terkini kota Makassar dan sekitarnya. Di tengah-tengah persaingan radio hiburan juga radio

streaming yang bermunculan saat ini, Radio Al Markaz sebagai radio dakwah tetap mempertahankan konsistensinya, karena pada dasarnya setiap stasiun radio atau media dalam mempertahankan eksistensinya memiliki strateginya masing-masing.

Radio yang mengudara sejak tahun 1996 ini pada awalnya merupakan radio komunitas, namun di tahun 2019 Radio Al Markaz resmi menjadi salah satu radio komersil yang ada di Makassar dengan terus berinovasi menjadi radio syiar Islam yang modern, berbudaya dan berkualitas.

Ciri khas dari Radio Al Markaz yakni menyajikan program keagamaan atau program kekinian yang dikemas dengan religi, juga tak ketinggalan, siaran *live* khutbah setiap subuh, dzuhur, isya, dan jumat. Adapun program unggulan dari Radio Al Markaz yaitu *Be Smart Moeslem*. Karena berpusat di Makassar, Radio Al Markaz juga tentunya membahas mengenai informasi-informasi aktual yang terjadi di Kota Makassar.

Agar dapat bertahan di tengah gempuran radio yang menghadirkan format siaran yang menarik dan juga radio *streaming*, Radio Al Markaz perlu untuk mengikuti dan memanfaatkan era digital. Radio Al Markaz dengan frekuensi 99,6 FM merupakan radio komersil milik Yayasan Al Markaz Al Islami dengan orientasi "*Spiritual N' Talk*". Adanya Radio Al Markaz diharapkan dapat mendukung penyebaran Islam di Makassar dalam bentuk ceramah, *talkshow*, dan *health news*.

Tidak jauh berbeda dengan program hiburan, bagian terpenting dalam mengelola program keagamaan yaitu dengan cara apa program itu tidak menjadi

monoton agar dapat menarik pendengar untuk mendengarkan, sehingga tersebut dapat meningkatkan eksistensinya ditambah pesatnya perkembangan teknologi informasi, seperti internet, yang tentu mempengaruhi keberadaan radio.

Regulasi bidang penyiaran yang membawa berbagai perubahan memberikan tantangan baru bagi pengelola media penyiaran. Radio sebagai industri penyiaran membutuhkan kreatifitas dan keahlian untuk memenangkan persaingan (Nasution, 2017).

Dalam menyusun program siaran diperlukan sebuah strategi dalam, terutama jenis program keagamaan dengan harapan program tersebut dapat disukai pendengar sekaligus menjadi sarana pendidikan, informasi dan mempengaruhi kepada kebaikan. Setiap pengelola media tentu memerlukan yang namanya strategi agar dapat menarik perhatian audien. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan yang matang, proses produksi dan eksekusi yang tepat.

Di Kota Makassar sendiri, keberadaan stasiun-stasiun radio dengan format siaran yang menyajikan *news update*, musik, dan lain-lain masih cukup banyak, melihat dari keaktifan siaran radio seperti 96.0 FM IRadio, 99.2 Delta FM Makassar, 97.6 FM Venus, 93.7 FM Gama, dan masih banyak lagi, yang sampai saat ini masih mengudara di tengah-tengah masyarakat yang identik dengan hiburan para anak muda atau bagi para kaum milenial.

Frekuensi	Nama	Nama Perusahaan
KHz	Modulasi Amplitudo (AM)	

630	RRI Makassar Pro-1	Radio Republik Indonesia
828	Radio Cristy Ria	PT Radio Swara Cristy Ria
Mhz	Modulasi Frekuensi (FM)	
87.7	Madama	PT Media Masyarakat Muda Makassar
88.5	Celebes Radio	PT Radio Bintang Wira Marindah
89.3	Global Radio	PT Radio Fajar Makassar
90.9	RRI Makassar Pro-5	Radio Republik Indonesia
91.7	Radio Suara Celebes FM	PT Gama Komunikasi Makassar
92.5	RRI Makassar Pro-4	Radio Republik Indonesia
92.9	RRI Makassar Pro-3	Radio Republik Indonesia
93.3	Radio Kumala Makassar	PT Suara Dejavu Pratama
94.4	RRI Makassar Pro-1	Radio Republik Indonesia
95.2	Bharata FM	PT Radio Bharata Rasihima
96.0	I Radio	PT Radio Suara Sonata
96.8	RRI Makassar Pro-2	Radio Republik Indonesia

97.6	Venus FM	PT Radio Venus Nusantara
99.2	Radi Delta FM	PT Radio Makassar Cipta Perdana
99.6	Radio Menara Al Markaz	PT Radio Syiar Muslim Al Markaz
100.0	Radio PLS Makassar	PT Radio Angkasa
100.8	Radio Insania FM	PT Radio Insania Sulawesi Selatan
101.1	Radio Smart FM	PT Radio Swara Makassar Arta Tiara
102.7	Radio Telstar	PT Radio Terminal Swara Lestari
103.5	Radio SPFM	PT Radio Swara Sentosa Pratama
104.3	Radio Mercurius	PT Radio Suara Mercurius Kencana
105.1	Prambors FM	PT Bayurekhsa
105.9	Gamasi FM	PT Radio Gamasi Jaya
107.7	Radio EBS Unhas	Elektro <i>Broadcasting System</i>
107.7	Radio Kharisma FM	
107.8	Radio Simfoni FM	Perkumpulan Suara Sangkakala Makassar

Tabel 1.1 Stasiun radio yang aktif di Kota Makassar berdasarkan Asia

Waves

Masing-masing radio tentu memiliki cara tersendiri dalam berusaha mempertahankan bahkan meningkatkan eksistensinya di kalangan para pendengarnya. Dengan adanya strategi penyiaran yang tepat dan didukung oleh komunikasi yang baik membantu lembaga penyiaran untuk dapat meningkatkan eksistensinya ditengah-tengah kemajuan teknologi informasi dan persaingan

industri penyiaran yang semakin ketat. Diharapkan radio mampu bertahan dan beradaptasi dengan perubahan melalui hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media-media yang lain (Saputro, 2020).

Ditengah perkembangan teknologi saat ini, Radio Al Markaz menjadi radio dakwah swasta komersil tampaknya tidak terlepas dari berbagai kendala. Sebuah media harus dapat mengatur dengan baik terkait pembaruan atau inovasi dakwah seperti apa yang mesti dikembangkan. Melihat kenyataan tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian agar mendapatkan hasil yang diinginkan tentang bagaimana sebuah lembaga penyiaran mengemas produksi program siaran dakwah agar menjadi siaran yang inovatif dan bagaimana mengelola sebuah kanal radio dalam mempertahankan eksistensinya menjadi radio dakwah dalam perkembangan teknologi informasi.

1.2 Pembatasan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis membatasi masalah pada strategi komunikasi Radio Al Markaz dalam meningkatkan eksistensi dimana perkembangan teknologi semakin canggih mempengaruhi eksistensi media.

Dengan melihat pembatasan masalah tersebut, masalah yang dirumuskan adalah:

- 1.2.1. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Radio Al Markaz dalam meningkatkan eksistensi?
- 1.2.2. Faktor-faktor apa yang menjadi penghambat dan pendukung strategi komunikasi Radio Al Markaz dalam meningkatkan eksistensi?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Radio Al Markaz dalam meningkatkan eksistensi.
- 1.3.2. Menjelaskan faktor-faktor yang menjadi penghambat dan pendukung strategi komunikasi Radio Al Markaz dalam meningkatkan eksistensi.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1.4.1. Secara teoritis penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah keilmuan dalam disiplin ilmu komunikasi khususnya dalam strategi komunikasi di radio, serta penelitian ini diharapkan mampu memberi sumbangan pemikiran bagi kajian strategi komunikasi pengelolaan radio.
- 1.4.2. Secara praktis, hasil penelitian ini untuk menambah pemahaman bagi penulis tentang strategi komunikasi dalam meningkatkan eksistensi radio, sekaligus sebagai bahan evaluasi Radio Al Markaz terhadap pengembangan strategi komunikasi untuk tetap meningkatkan eksistensinya.