

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dakwah sebagai proses komunikasi memiliki ragam saluran atau media dalam proses penyampaiannya. Melalui teknologi dan informasi yang berkembang pesat seperti saat ini, media mampu memberikan efek yang beragam dalam suatu proses dakwah. Salah satunya yakni menjadikan suatu dakwah dapat tersampaikan secara meluas sehingga dapat diakses dengan mudah dan cepat. Dengan hal ini dakwah dapat dikonsumsi oleh siapa saja sesuai dengan kebutuhan individual.

Proses komunikasi tentunya memerlukan alat perantara yang dapat digunakan sebagai alternatif dalam proses komunikasi, yakni saluran komunikasi. Yang mana dalam proses penyampaian isi pernyataan atau sebuah pesan disertai dengan tujuan. Agar tercapainya dari sebuah tujuan, manusialah yang akan menentukan bagaimana bentuk penyampain yang akan digunakan baik melalui media atau tanpa media¹. Adapun penggolongan media berdasarkan sasaran alat indra, yakni pendengaran dan penglihatan. Sebagaimana kita ketahui media yang sasarannya melalui indra pendengar adalah radio, dan indra penglihatan yakni surat kabar, dan untuk indra pendengar dan penglihatan adalah televisi².

Komunikasi massa adalah sebuah tipe komunikasi manusia atau yang biasa disebut dengan *human communication*, lahir bersama saat alat-alat mekanik mulai

¹ A.M. Hoeta Soehoet, PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI, cetakan pertama, Jakarta:Yayasan Kampus Tercinta-IISIP, November 2002, hal.23.

² *Ibid.*

digunakan serta mampu menggandakan pesan-pesan komunikasi³. Komunikasi massa diadopsi dari bahasa Inggris yakni *mass communication* dengan arti komunikasi yang menggunakan media massa. *Mass communication* diartikan sebagai salurannya adalah *mass media* atau sering kita dengar dengan media massa. Selain itu kata massa dalam komunikasi massa diartikan lebih dari sekedar orang banyak, melainkan meliputi semua orang yang menjadi sasaran alat komunikasi massa⁴, dan mereka tidak harus berada dalam lokasi tertentu yang sama.

Tidak hanya itu saja massa juga dapat diartikan sebagai seluruh lapisan masyarakat atau khalayak ramai, dengan berbagai tingkat umur, pendidikan, keyakinan dan status sosial. Dalam tulisannya Pool mengartikan massa sebagai komunikasi yang berlangsung dalam situasi *interposed* antara sumber dan penerima tidak terjadi kontak secara langsung, dan pesan-pesan komunikasi akan mengalir kepada penerima melalui saluran-saluran media massa seperti surat kabar, majalah, radio, film atau televisi⁵ dan pesan yang disampaikan melalui media massa sangat sedikit kemungkinan untuk merubah pada perubahan sikap dan perilaku khalayak.

Perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat seperti saat ini, memberikan dampak meningkatnya rasa khawatir akan efek media massa terhadap khalayak atau yang biasa dikenal dengan masyarakat. Bahkan saat ini tidak dapat dipungkiri lagi jika media massa berhasil membawa pengaruh yang dapat dilihat dan dirasa secara nyata. Akan tetapi hal tersebut tidak sepenuhnya secara langsung mempengaruhi kepada khalayak, karena pada dasarnya khalayak telah melakukan penyaringan terhadap media massa termasuk isi penyiarannya, bahkan khalayak pun kerap melakukan

³ Wiryanto, Teori Komunikasi Massa, cetakan pertama, Jakarta:PT Grasindo, anggota Ikapi, 2000, hal.1.

⁴ *Ibid.*.hal.2-3.

⁵ *Ibid.*.hal.3.

penolakan dengan berbagai faktor personal yang mempengaruhinya. Dengan hal ini nantinya akan memberikan persepsi khalayak yang beragam⁶.

Salah satu media massa penyiaran yang telah lama hadir dan masih dicintai oleh masyarakat hingga saat ini adalah radio. Anwar Arifin berpendapat bahwa radio merupakan alat komunikasi massa yang menyalurkan gelombang dalam proses penyampaian programnya⁷. Selain memiliki nama yang lebih unggul di dunia penyiaran, radio lebih mudah diterima, sehingga pantas saja jika keberadaan radio saat ini masih cukup populer meskipun usianya terbilang tua. Memiliki sifat yang lebih mudah dibawa kemana saja tidak terikat dengan suatu tempat serta memiliki harga yang relatif murah, menjadikan radio sebagai media yang mudah dimiliki dan dinikmati oleh para pendengar. Bahkan saat ini radio dapat dinikmati tanpa harus memiliki wujud dari radio, karena saat ini hampir seluruh stasiun radio telah menggunakan media online dalam penyiarannya atau yang biasa kita dengar dengan kata streaming.

Di negara berkembang seperti Indonesia, radio akan lebih banyak pemanfaatannya baik sebagai sumber informasi, hiburan serta pendidikan⁸. Tak peduli dengan usianya yang terbilang tua, di era yang canggih seperti saat ini menjadikan radio terus berkembang dengan inovasi-inovasi baru dalam upaya agar mampu memikat hati para pendengarnya dimana pun berada. Karena radio sendiri merupakan salah satu media yang paling dekat oleh masyarakat, dan fokus utama radio berupa siaran-siaran pendidikan dan informasi.

⁶ Ruvira Arindita, Alma Mandjusri, dan Rahman Asri, MEDIA DAN MASYARAKAT KINI, cetakan pertama, Jakarta:UAI Press, Agustus 2017, hal.141-147

⁷ Anwar Arifin, Strategi Komunikasi, Bandung:ARMICO, 1984, hal.81

⁸ Phil Astrid S. Susanto, KOMUNIKASI MASSA , cetakan pertama, Bandung: Angkasa Offset, Februari 1982, hal.21.

Dalam pengembangan sebuah nama stasiun radio, tidak ada radio yang sengaja dibuat tanpa memiliki visi misi tersendiri, tak terkecuali oleh radio komunitas. Radio komunitas merupakan kelembagaan nirlaba, yang dikemas khusus oleh suatu komunitas dan kerap disebut sebagai radio sosial, radio pendidikan dan sebagai alternatif⁹. Radio komunitas dapat dikatakan sebagai stasiun siaran yang dalam pengelolaannya dan berdirinya adalah milik komunitas tertentu¹⁰. Bukan hanya radio swasta dan radio publik saja yang berkembang, melainkan radio komunitas. Saat ini tak sedikit jumlah radio komunitas yang terus berkembang dan menjadikan radio tersebut cukup populer dalam dunia pendengar. Hal tersebut dikarenakan cukup tingginya antusias para pendengar akan radio komunitas. Dalam dunia penyiarannya radio komunitas memiliki sasaran utamanya yakni kepada masyarakat yang melingkup di sekitar lokasinya. Dengan harapan masyarakat setempat dapat menikmati sajian-sajian sesuai kebutuhannya.

Salah satu radio komunitas yang perkembangannya sangat baik dan pesat hingga saat ini khususnya di daerah Yogyakarta yakni radio komunitas Saka FM. Radio komunitas Saka FM sudah dikenal oleh berbagai pihak bukan hanya di masyarakat Kauman saja yang dekat dengan Saka FM. Selain itu, kemampuan manajemen yang baik dan bagus, mampu membawa Saka FM sebagai salah satu radio komunitas yang masih bisa bertahan hingga saat ini. Keunggulan lainnya yang menjadikan Saka FM berbeda dari radio komunitas lainnya yakni, seluruh penyiar dan pengelola yang ada di Saka FM tidak diberi bayaran sepeserpun. Melainkan dengan keikhlasan, solidaritas yang tinggi, serta alokasi dana dari para donaturlah nama Saka FM hingga saat ini masih mengudara.

⁹ Anwarudin: "*Strategi Penyiaran Radio Komunitas Dalam Memperoleh Pendengar*" (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2010), hal.2.

¹⁰ http://id.wikipedia.org/wiki/Radio_komunitas, diakses tanggal 22 Maret 2018.

Terbentuknya radio komunitas Saka FM bermula akan keresahan masyarakat Kauman dengan kondisi lingkungannya yang boleh dikatakan sudah maju dan menjadi sentral peribadatan di Yogyakarta, namun tidak ada syi'ar yang dilakukan secara lebih luas khususnya bagi masyarakat Kauman. Masjid Gedhe yang menjadi pusat peribadatan, tempat wisata, awal mula berdirinya Muhammadiyah dan terdapat banyak sejarah di dalamnya menjadikan Kauman sebagai daerah yang istimewa. Itulah sebabnya mengapa sangat diperlukan syiar dakwah sebagai alat gun menyebarkan informasi dan kajian-kajian yang ada di Masjid Gedhe Kauman. Ada satu hal yang menjadikan poin bagi si peneliti ingin mengupas suatu program siaran di radio komunitas Saka FM Jogja.

Selain dikenal sebagai radio komunitas yang bernuansa positif dan islami, Saka FM memiliki ciri yang membedakan dengan radio komunitas lainnya yang ada di Yogyakarta. Saka fm memiliki suatu program khusus yang sengaja dikemas bagi kaum hawa atau yang biasa kita kenal sebagai kaum wanita. Penelitian ini diambil berdasarkan ketertarikan pendengar terhadap program "*Si Hawa*" radio Saka FM. Oleh karena itu, peneliti menarik dengan sebuah judul Persepsi Pendengar Terhadap Program "*Si Hawa*" Radio Komunitas Saka FM. Yang secara umumnya radio komunitas bersifat independen dan tidak komersil, hal tersebut dinilai berdasarkan daya pancar yang rendah, jangkauan pendengar yang terbatas. Oleh karena itu melalui penelitian tersebut, peneliti bermaksud untuk mencari informasi bagaimanakah persepsi pendengar terhadap suatu program "*Si Hawa*" yang disiarkan oleh radio komunitas Saka FM. Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif kualitatif, menggunakan teknik wawancara kepada pendengar. Yang nantinya hasil wawancara akan menghasilkan persepsi yang beragam terhadap program "*Si Hawa*" radio komunitas Saka FM.

1.2 Pokok Masalah

Penelitian ini fokus pada persepsi pendengar terhadap program “*Si Hawa*” yang disajikan oleh radio komunitas Saka FM.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apa isi konten dari program “*Si Hawa*” ?
2. Bagaimana persepsi pendengar radio komunitas Saka FM terhadap program “*Si Hawa*”?
3. Apakah persepsi pendengar sesuai dengan konten “*Si Hawa*” yang disiarkan radio komunitas Saka FM ?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menjelaskan isi konten siaran dari program “*Si Hawa*”.
2. Mendeskripsikan persepsi pendengar terhadap program “*Si Hawa*” yang di siarkan oleh radio komunitas Saka FM.
3. Menjelaskan kesesuaian isi konten dari program “*Si Hawa*” yang disiarkan oleh radio komunitas Saka FM.

Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi team pengelola radio komunitas Saka FM dalam menglola dan mengoptimalkan kualitas dari program siaran “*Si Hawa*”. Adapun secara teoritik penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan teori yang terkait dengan ilmu komunikasi, dan dapat memberikan kontribusi kepada mahasiswa komunikasi khususnya jurusan Komunikasi Penyiaran Islam di bidang media massa radio.