

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS RADIO SAKA FM
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI MEDIA DAKWAH**

Nama Mahasiswa : Siti Saada

Dosen Pembimbing Skripsi : Twediana Budi Hapsari, Ph,D

*Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya,
Geblangan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55183*

E-mail : saadadeliz88@gmail.com

twediana@umy.ac.id

Abstrak

Adanya fungsi public relations memudahkan suatu lembaga untuk menjalin hubungan baik dengan masyarakat. Peran public relations pada sebuah lembaga sangat diperlukan untuk mempertahankan eksistensi, baik di lembaga pemerintahan maupun swasta. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran public relations media swasta dalam mempertahankan eksistensinya. Secara khusus, penelitian ini menggambarkan strategi yang dilakukan oleh public relations radio komunitas Saka FM dalam mempertahankan eksistensinya sebagai media dakwah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilakukan di radio komunitas Saka FM yang berada di bawah naungan Masjid Gedhe Kauman. Penentuan informan digunakan dengan teknik purposive. Pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori Niche yang menyatakan bahwa tiang berdirinya suatu media dibagi menjadi tiga yaitu capital, types of content, dan types of audience. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan teori Niche tersebut, radio Saka telah mampu berdiri sendiri. Adapun strategi public relations radio Saka FM belum memenuhi fungsi idealnya sebagai radio komunitas. Meskipun demikian, radio Saka FM sudah mampu mempertahankan eksistensi sebagai media dakwah melalui bidang marketingnya

Kata Kunci : Radio Komunitas, Public relations, Media Dakwah

The existence of the public relations function eases an institution to establish good relations with the community. The role of public relations in an institution is needed to maintain its existence, both in government and private institutions. Therefore, this study aims to determine the role of private-public relations in maintaining its existence. In particular, this study describes the strategy carried out by the Saka FM community radio public relations in maintaining its existence as a da'wah media. This research uses a qualitative approach. Besides, this research was carried out on the Saka FM community radio under the auspices of the Gedhe Masjid at Kauman. The determination of informants is used by purposive technique. Data collection is done by observation, in-depth interviews, and documentation. This research uses Niche theory which states that the founding pillar of a media is divided into three namely capital, types of content, and types of audience. The results showed that based on the Niche theory, Saka radio was able to stand on its own. The Saka FM radio public relations strategy has not fulfilled its

ideal function as a community radio. Nevertheless, Saka FM radio has been able to maintain its existence as a da'wah media through its marketing department.

Keywords: Community Radio, Public relations, Da'wah Media.

PENDAHULUAN

Teknologi saat ini telah mengalami kecanggihan yang sangat pesat. Kecanggihan teknologi membuat masyarakat sangat mudah mendapatkan informasi dari berbagai sumber media dengan banyak pilihan yang tersedia. Kecanggihan teknologi tidak hanya pada media cetak, namun juga terjadi pada televisi dan radio. Pada sejarahnya, penemuan media penyiaran pertama adalah dengan ditemui oleh para ahli teknik sebuah radio di Eropa dan Amerika. Awalnya radio seringkali diremehkan dan hanya digunakan oleh kalangan elit, seperti pemerintahan dan militer yang digunakan sebagai alat dalam menyampaikan berita untuk kepentingan pemerintahan. Namun dengan perkembangan zaman, radio mengalami kemajuan yang sangat signifikan. Diawali dengan adanya peraturan UU No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran, sehingga dampaknya adalah dunia penyiaran Indonesia mengalami perubahan yang sangat positif.

Peningkatan Penyiaran radio dan televisi terjadi diberbagai kota-kota besar bahkan daerah. Sehingga eksistensi penyiaran terutama penyiaran radio komunitas meningkat disetiap daerah-daerah yang ada di Indonesia. Radio merupakan alat komunikasi yang bersifat praktis dan ekonomis. Adapun praktis maksudnya adalah karena bentuknya yang kecil bahkan dengan semakin canggihnya teknologi fitur radio sudah di genggam *smartphone* masing-masing. Adapun pada saat ini sudah ada radio yang berbentuk *streaming* sehingga memudahkan kita untuk menggapai radio yang ingin kita dengar. Adapun pada saat ini sudah ada radio yang berbentuk *streaming* sehingga memudahkan kita untuk menggapai radio yang ingin kita dengar.

Dewasa ini tidak diragukan lagi bagaimana peranan radio komunitas di berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama memberikan sumbangsi positif terhadap komunitasnya sendiri. Peranan radio komunitas terdiri dari aspek pendidikan, sosial, ekonomi dan dakwah islamiyah. Sehingga radio komunitas harus memberikan dampak positif untuk masyarakat terutama masyarakat yang ada di komunitasnya sendiri. Radio komunitas adalah media yang tentunya berbeda dengan media komersial lainnya. Radio komunitas menjadikan pendengarnya sebagai subjek dan pendengar berperan dalam penyelenggaraanya. Sedangkan radio komersial

melakukan pendengarnya hanya sebagai objek, tanpa ada peran dalam penyelenggaraan. Berdasarkan Undang-undang, Penyiaran radio komunitas adalah lembaga penyiaran yang mempunyai badan hukum tersendiri dan didirikan oleh komunitas tertentu. Radio komunitas bersifat independent dan memiliki daya yang rendah, luas jangkauan terbatas, serta memiliki kepentingan untuk melayani komunitas yang bersangkutan. Sehingga bukan tidak mungkin radio komunitas juga membutuhkan seorang *public relations* sebagai media penyambung komunikasi kemasyarakatan terkait komunitasnya.

Public relations atau sering di singkat dengan PR, merupakan narahubung dalam setiap lembaga yang melakukan kegiatan ditengah-tengah masyarakat. Sehingga peranan PR sangat menentukan bagaimana citra positif yang dibentuk lembaga ditengah masyarakat. PR mempunyai fungsi tertentu yang diperlukan oleh organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun nonkomersial. Sehingga PR harus mempunyai strategi untuk mencapai visi dan misi lembaga yang diampunya. Strategi sendiri merupakan suatu *planning* dan *menegement* untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai. Radio Saka merupakan salah satu radio komunitas yang bergendre dakwah dan berada di bawah naungan Mesjid Kauman. Berfungsi untuk memperpanjang jaringan dakwah yang ada di mesjid kauman. Radio Saka adalah salah satu radio yang izin berdirinya sudah sampai kepada Kementrian Komunikasi dan Informatika (kemenkominfo). Sehingga peran radio saka sebagai media dakwah sangat dibutuhkan terutama masyarakat kauman sendiri.

Radio Saka berdiri karena adanya kegelisahan pengurus mesjid melihat jamaah yang tidak bisa setiap saat menghadiri kajian-kajian yang yang diadakan oleh Mesjid Kauman, selain itu karena rumah-rumah sudah mulai bertingkat bergaya modern menyebabkan masyarakat sekitar kauman mendapatkan *noise* jika mendengar kajian dari rumah, maka berdirilah radio Saka pada tahun 2012. Pada awal berdirinya disela tidak adanya kegiatan dakwah yang ada di Mesjid kauman, pemudah kauman menyiarkan kegiatan-kegiatan seperti radio komunitas pada umumnya. Seperti musik, menyapa pendengar dan membuka pertanyaan lewat media sosial, sehingga kegiatan tersebut berlangsung sampai sekarang. Namun bedanya sekarang sudah terstruktur dengan baik dari sebelumnya.

Didalam kegiatan *public relations* terkandung unsur-unsur sebagai citra baik (*good image*), Itikad baik (*good will*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual appreciation*), serta toleransi sehingga mengantarkan suatu lembaga mempunyai citra baik dimasyarakat. Selain itu *public relations* juga mempunyai peran mengatasi masalah yang berhubungan langsung dengan harapan-harapan yang diinginkan oleh *stake holder* perusahaan, dan menangani masalah yang ada di internal maupun eksternal. Eksternal misalnya mengatasi masalah yang berhubungan dengan kerja sama dalam *event-event* tertentu sehingga lembaga dalam hal ini komunitas mempunyai citra yang baik dikomunitasnya maupun ditengah masyarakat luas.

Dalam kegiatan *public relations*, para praktisi yang melakukan kegiatan tersebut pastinya mempunyai hubungan yang erat dengan media, karena bagi seorang PR, media adalah salah satu jembatan penghubung bagi lembaganya agar dikenal oleh masyarakat dan menciptakan citra yang baik. Hubungan yang dilakukan oleh seorang PR dengan media massa disebut dengan *media relations*. Karena pada zaman teknologi ini media merupakan bagian terpenting untuk mendukung strategi PR, sehingga kegiatan ini merupakan kegiatan wajib bagi seorang praktisi PR. Radio Saka merupakan salah satu radio komunitas yang bergendeng dakwah dan berada di bawah naungan Mesjid Kauman. Berfungsi untuk memperpanjang jaringan dakwah yang ada di mesjid kauman. Radio Saka adalah salah satu radio yang izin berdirinya sudah sampai kepada Kementrian Komunikasi dan Informatika (kemenkominfo). Sehingga peran radio saka sebagai media dakwah sangat dibutuhkan terutama masyarakat kauman sendiri.

Radio Saka berdiri karena adanya kegelisahan pengurus mesjid melihat jamaah yang tidak bisa setiap saat menghadiri kajian-kajian yang yang diadakan oleh Mesjid Kauman, selain itu karena rumah-rumah sudah mulai bertingkat bergaya modern menyebabkan masyarakat sekitar kauman mendapatkan *noise* jika mendengar kajian dari rumah, maka berdirilah radio Saka pada tahun 2012. Pada awal berdirinya disela tidak adanya kegiatan dakwah yang ada di Mesjid kauman, pemudah kauman menyiarkan kegiatan-kegiatan seperti radio komunitas pada umumnya. Seperti musik, menyapa pendengar dan membuka pertanyaan lewat media sosial, sehingga kegiatan tersebut berlangsung sampai sekarang. Namun bedanya sekarang sudah terstruktur dengan baik dari sebelumnya.

Adapun kegiatan yang dilakukan diluar kajian Mesjid Kauman adalah kegiatan siaran umum namun tidak meninggalkan nilai-nilai islam di dalamnya. Diantara beberapa programnya

adalah program sakinah, dimana didalam program tersebut ada tema yang membahas tentang menegement rumah tangga, pola asuh anak, hak-hak sebagai anak. Sasarannya tentu anak muda yang akan menjadi ayah dan ibu, serta para orang-orang dewasa yang sudah mempunyai keluarga. Selain itu ada program pelataran, salah satu tema didalam program tersebut ada membahas tentang motivasi dan kewirausahaan, yang sasarannya tentunya anak-anak muda, Serta musik- musik yang disiarkan berisi musik religi. Masih banyak kegiatan lainnya di luar kajian Mesjid Gede Kauman yang disiarkan oleh radio Saka FM. Dari banyaknya konten yang di sajikan untuk pendengar radio Saka berusaha tetap konsisten agar tidak keluar dari jalan dakwah. Radio saka juga termasuk radio yang memiliki perkembangan yang sangat pesat terutama dalam menyampaikan dakwahnya. Seperti melalui *streaming*, *instagram* dan media sosial lainnya.

Radio Saka adalah salah satu radio komunitas yang bergerak pada bidang dakwah yang memiliki keunikan tersendiri dibandingkan radio komunitas lainnya. Radio komunitas sendiri adalah salah satu media penyiaran yang tentunya memiliki keunggulan dari media penyiaran lainnya. Biasanya setiap radio yang berbasis komunitas mempunyai strategi masing-masing dalam setiap program-program menarik yang disajikan untuk pendengar. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti strategi yang digunakan Radio Saka khususnya *public relations* Radio Saka FM. Radio Saka sendiri memiliki keunikan tersendiri dibandingkan banyaknya radio komunitas lainnya, jika dilihat dari tempat berdirinya saja sudah unik dibandingkan radio komunitas lainnya.

Radio Saka berdiri dibawah naungan Mesjid Kauman. Kita mengetahui fungsi Mesjid adalah tempat ibadah, mendengarkan ceramah-ceramah dari ustad dan ustazah, namun dibalik itu semua Radio Saka hadir sebagai media penyampai kepada masyarakat yang tidak hadir dalam mengikuti kegiatan keagamaan yang dilakukan oleh Mesjid Gede Kauman. Tidak hanya itu, Radio Saka juga memberikan warna baru didalam penyiaran dakwah, dikemas dengan sebaik mungkin mengikuti perkembangan zaman dan selalu berada di dalam fungsi sebagai radio dakwah itu sendiri. Namun dibalik itu semua Radio Saka mempunyai tantangan dalam mempertajam citra sebagai radio dakwah kepada publik. *Frame* Radio Saka sendiri adalah dakwah namun kontennya terdapat kolaborasi antara kegiatan umum dan dakwah sehingga tetap seperti radio komunitas pada umumnya. Pasalnya Radio Saka sempat diragukan oleh publik akan identitas yang dipakainya, bergendre Islami namun konten-konten yang disajikan tidak selalu

tentang dakwah setiap harinya. Inilah yang menjadi tantangan Radio Saka kedepannya, khususnya bidang *Public relations*. Membuat strategi-strategi kepada masyarakat agar Radio Saka konsisten dan mampu mempertahankan eksetensinya sebagai radio dakwah.

Radio Saka adalah salah satu radio komunitas yang bergerak pada bidang dakwah yang memiliki keunikan tersendiri dibandingkan radio komunitas lainnya. Radio komunitas sendiri adalah salah satu media penyiaran yang tentunya memiliki keunggulan dari media penyiaran lainnya. Biasanya setiap radio yang berbasis komunitas mempunyai strategi masing-masing dalam setiap program-program menarik yang disajikan untuk pendengar. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti strategi yang digunakan Radio Saka khususnya *public relations* Radio Saka FM. Radio Saka sendiri memiliki keunikan tersendiri dibandingkan banyaknya radio komunitas lainnya, jika dilihat dari tempat berdirinya saja sudah unik dibandingkan radio komunitas lainnya. Radio Saka berdiri dibawah naungan Mesjid Kauman.

Kita mengetahui fungsi Mesjid adalah tempat ibadah, mendengarkan ceramah-ceramah dari ustad dan ustazah, namun dibalik itu semua Radio Saka hadir sebagai media penyampai kepada masyarakat yang tidak hadir dalam mengikuti kegiatan keagamaan yang dilakukan oleh Mesjid Gede Kauman. Tidak hanya itu, Radio Saka juga memberikan warna baru didalam penyiaran dakwah, dikemas dengan sebaik mungkin mengikuti perkembangan zaman dan selalu berada di dalam fungsi sebagai radio dakwah itu sendiri. Namun dibalik itu semua Radio Saka mempunyai tantangan dalam mempertajam citra sebagai radio dakwah kepada publik. *Frame* Radio Saka sendiri adalah dakwah namun kontennya terdapat kolaborasi antara kegiatan umum dan dakwah sehingga tetap seperti radio komunitas pada umumnya. Pasalnya Radio Saka sempat diragukan oleh publik akan identitas yang dipakainya, bergendre Islami namun konten-konten yang disajikan tidak selalu tentang dakwah setiap harinya. Inilah yang menjadi tantangan Radio Saka kedepannya, khususnya bidang *Public relations*. Membuat strategi-strategi kepada masyarakat agar Radio Saka konsisten dan mampu mempertahankan eksetensinya sebagai radio dakwah.

Adapun tujuan dari Penelitian ini adalah untuk Mengetahui peran *Public Relations* Radio Saka FM dalam mempertahankan eksistensi sebagai media dakwah. Secarah akademisi penelitian ini diharapkan menambah khazanah bagi keilmuan yang terkait pengembangan ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam terutama bagi *public relations* di lembaga nonprofit khususnya

radio komunitas. Sedangkan secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan rujukan dan evaluasi bagi Radio Saka FM dalam menjalankan *public relations* untuk mempertahankan eksistensinya sebagai media dakwah.

Penelitian terkait strategi radio komunitas sudah banyak dilakukan oleh penelitian terdahulu diantaranya adalah Natasha Annisa skripsi (2016) yang berjudul *Strategi Publik Relations RRI Jakarta dalam Mempertahankan Citra Lembaga RRI Jakarta*. Bertujuan untuk mengetahui strategi *public relations* RRI Jakarta dalam mempertahankan citra dilembaga RRI Jakarta. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan metode yang digunakan adalah *multy method*. Dalam penelitian ini ditemukan banyak strategi yang digunakan oleh RRI Jakarta dalam mempertahankan citra dilembaganya, diantaranya adalah strategi bagaimana menggunakan bahasa Indonesia yang baik ketika melakukan siaran, strategi bagaimana membujuk masyarakat untuk mau mengikuti dan memeriahkan setiap *event* yang diadakan oleh RRI Jakarta, serta melakukan kerjasama dengan radio radio swasta yang ada di Jakarta dan menjaga hubungan baik.¹

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Peneliti ini focus kepada peran *public relations* yang ada dilembaga non profit, sedangkan penelitian sebelumnya melakukan penelitian di lembaga profit. Tentang radio, dan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah penulis menjadikan obyek penelitiannya radio komunitas, berbeda halnya dengan penelitian sebelumnya yang meneliti di lembaga pemerintahan. Sehingga penulis ingin meneliti tentang bagaimana peran *public relations* di lembaga nonprofit yaitu radio komunitas, yang penulis yakini strategi *public relations* di media nonprofit lebih berat dibandingkan di lembaga pemerintahan. Sehingga hasil penelitian ini nantinya menjadi ilmu baru untuk dunia *public relations* kedepanya terutama bagaimana *public relations* dilembaga nonprofit yaitu dalam penelitian ini radio komunitas.

Subyek penelitian merupakan orang yang dijadikan sebagai sumber/kunci untuk mendapatkan informasi berupa data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Subyek penelitian

¹ Anissa, Natasha. (2016). *Strategi Public Relations RRI Jakarta dalam mempertahankan citra lembaga RRI Jakarta*. Fakultas komunikasi dan dakwah, UIN Syarif Hidayatullah, 2017, hlm. 35

juga disebut sebagai informan. Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan secara purposive, yaitu seleksi berdasarkan kriteria tertentu, bukan random. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah Ketua bidang PR radio Saka FM, Ketua radio Saka FM, masyarakat kauman sebagai pendengar khusus dari radio Saka.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan, wawancara, perbincangan (*daily coursec. method*), dan dokumentasi yang dilakukan kepada ketua radio Saka, ketua bidang *public relations* radio Saka, dan beberapa masyarakat yang ada kampung Kauman. Pengumpulan data dengan pengamatan guna untuk melihat bagaimana kegiatan sehari-hari yang dilakukan radio Saka terutama melakukan kerjasama dengan beberapa lembaga lainnya. Pengumpulan data dengan cara wawancara guna untuk mengetahui peran *public relations* yang ada di radio Saka serta strategi yang digunakan *public relations* radio Saka sehingga membuat tetap eksisnya media dakwah yang ada di radio Saka

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Public Relation Radio Saka FM

Radio Saka FM adalah salah satu radio komunitas yang ada di Yogyakarta. Radio komunitas memiliki perbedaan dengan radio komersil lainnya, radio komunitas memiliki sifat yang independent dan memiliki daya yang rendah serta jangkauan yang terbatas, serta memiliki kepentingan untuk melayani komunitasnya sendiri. Sehingga radio Saka dalam menjalin hubungan baik dengan masyarakat yang ada di komunitas atau para pendengar yang berada diluar komunitasnya radio Saka mempunyai bidang *Public relations*. *Public relations* atau sering di singkat dengan PR, merupakan narahubung dalam setiap lembaga yang melakukan kegiatan ditengah-tengah masyarakat.

Public relations atau sering di singkat dengan PR, merupakan narahubung dalam setiap lembaga yang melakukan kegiatan ditengah- tengah masyarakat. Sehingga peranan PR sangat menentukan bagaimana citra positif yang dibentuk lembaga ditengah masyarakat. PR mempunyai fungsi tertentu yang diperlukan oleh organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun nonkomersial. Sehingga PR harus mempunyai strategi untuk mencapai visi dan misi lembaga yang diampunya. Strategi sendiri merupakan suatu *planning* dan *menegement* untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai.

Didalam kegiatan *public relations* terkandung unsur-unsur sebagai citra baik (*good image*), Itikad baik (*good will*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual appreciation*), serta toleransi sehingga mengantarkan suatu lembaga mempunyai citra baik dimasyarakat. Selain itu *public relations* juga mempunyai peran mengatasi masalah yang berhubungan langsung dengan harapan-harapan yang diinginkan oleh *stake holder* perusahaan, dan menangani masalah yang ada di internal maupun eksternal. Eksternal misalnya mengatasi masalah yang berhubungan dengan kerja sama dalam *event-event* tertentu sehingga lembaga dalam hal ini komunitas mempunyai citra yang baik dikomunitasnya maupun ditengah masyarakat luas

Peranan PR sangat menentukan bagaimana citra positif yang dibentuk lembaga ditengah masyarakat. PR juga mempunyai fungsi tertentu yang diperlukan oleh organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun nonkomersial. Sehingga PR harus mempunyai strategi untuk mencapai visi dan misi lembaga yang diampunya. Strategi sendiri merupakan suatu *planning* dan *menegement* untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai. Bidang PR sendiri didalam structural yang ada di radio Saka masuk pada bagian bidang *marketing director*. Bagian *marketing director* sendiri terdiri dari bidang *public relations* dan social media. Berhubung dengan radio Saka yang sering melakukan kerjasama dengan lembaga swasta dan lembaga masyarakat lainnya, sehingga dibuat adanya bidang yang mengurus kerjasama tersebut yang disebut dengan bidang marketing, yang didalam bidang tersebut terdapat bidang *public relations* dan media sosial.

Pada bagian *public relations*, mempunyai fungsi mengurus semua pemasaran, kerjasama yang dilakukan dengan lembaga lain ataupun dalam event-event tertentu dengan kampus-kampus yang ada di Yogyakarta. Selain itu fungsi PR yang ada di radio Saka juga berfungsi untuk menjalin kerjasama dengan radio komunitas sejenis atau lembaga lainnya yang juga mempunyai kepentingan di bidang penyiaran, baik itu berbentuk promosi maupun kerjasama dalam hal kegiatan-kegiatan yang di lakukan oleh setiap media partner radio Saka. Selain berfungsi seperti PR pada umumnya, PR radio Saka juga mempunyai tujuan khusus dalam menjalankan bidang PR nya, bagaimana membangun citra baik radio ditengah masyarakat, sehingga masyarakat Kauman maupun jamaah masjid gedhe kauman mendengarkan radio Saka. Selain itu, beliau juga memaparkan, tugas yang harus dilakukan

adalah memberikan program terbaik, sehingga dakwah yang ada di radio Saka dapat tersampaikan dengan kepada masyarakat dan para pendengar jamaah masjid gedhe kauman.

B. Strategi *Public Relations* Radio Saka FM Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Dakwah.

Public relations adalah fungsi *menegement* yang menjaga hubungan komunikasi yang baik dan saling menguntungkan. Sehingga keterbukaan kerjasama antara organisasi dengan publiknya membantu juga menyalurkan informasi dapat tersampaikan kepada publik dengan baik. Tidak hanya seni menciptakan pola komunikasi yang baik *public relations* juga suatu ilmu pengetahuan sosial yang bisa digunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensinya dan juga melaksanakan program terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik kepentingan organisasi maupun kepentingan *public*.

Radio Saka dalam menjalankan bidang marketing yang sekaligus dirangkap menjadi bidang *public relations*, juga mempunyai fungsi yang sama dengan *public relations* pada umumnya. Menjalankan tugas menjaga hubungan baik dengan masyarakat, dan menjalankan sebagai mana tugas bidang marketing media sebagai nara hubung untuk melakukan kerjasama terhadap media lainnya. Berdasarkan teori Niche suatu media itu dapat dikatakan mampu berdiri dan eksis jika *capital*, *conten*, *audiens*, dapat dipenuhi dengan baik. Sehingga perlu adanya penelitian terkait bagaimana keterkaitan antara starategi *public relations* disuatu radio komunitas, sehingga tetap eksis sebagai radio komunitas dalam bidang dakwah. Adapun strategi *public relations* yang digunakan dalam penelitian di radio komunitas Saka FM sebagai berikut :

1. Capital

Pemasukan merupakan faktor yang sangat penting dalam setiap pelaksanaan sebuah program. Keberhasilan sebuah radio komunitas juga dinilai seberapa banyak pemasukan yang didapatkan, sehingga mampu untuk menghidupi dirinya sendiri. Penyiar radio komunitas memang tidak mendapatkan honor tiap bulannya, tapi harus ada pemasukan agar mampu memenuhi semua kebutuhan siaran. Radio Saka sendiri, untuk pemasukan dan pendanaan didalam kegiatan-kegiatan siaran mempunyai beberapa sumber pemasukan yang nantinya menjadi sumber dana dalam melakukan kegiatan-kegiatan siaran maupun kebutuhan siaran lainnya. Diantaranya ada dana tetap dari Masjid

Gedhe Kauman dan ada dana dari peminjaman studio radio Saka. Ini lah yang memenuhi kebutuhan pokok radio Saka selama melakukan siaran.

2. Types Of Content

Pada bagian *Types of content* adalah menunjukkan bagaimana isi media atau program- program yang ada di media itu sendiri. Menentukan konten-konten yang sesuai tepat sasaran merupakan hal penting dalam sebuah program-program yang dibuat, sehingga pentingnya dalam penyesuaian siapa sasaran yang dituju dalam setiap program tersebut. Program-program yang ada di radio Saka merupakan program yang sudah di tentukan siapa sasarannya dan seperti apa segment yang akan dibuat. Radio Saka merupakan salah satu radio yang awal berdirinya sebagai Media Masjid Gedhe Kauman. Kegiatan-kegiatan yang ada di radio Saka dirancang dengan sebaik mungkin, semua program yang ada diarahkan langsung kepada masyarakat, serta membantu kegiatan-kegiatan yang ada di Masjid Gedhe Kauman. Selain itu semua kegiatan maupun program-program yang ada di radio Saka FM ditujukan langsung untuk memberikan pengetahuan seputar Agama kepada pendengar radio Saka FM khususnya masyarakat Kauman. Ada beberapa program unggulan dari radio Saka yaitu :

a) Program Kajian Masjid Gedhe Kauman

Program kajian masjid gedhe kauman adalah program yang dikhususkan untuk jama'ah Masjid Gedhe khususnya masyarakat Kauman, karena jamaah masjid gedhe kauman tidak hanya ada di kampung Kauman. Adapun kegiatan dalam kajian ini adalah kegiatan berupa kajian bulanan mingguan, kajian tafsir jamaah tarjih Muhammadiyah maupun acara-acara besar yang ada di Yogyakarta. Pada acara kajian tersebut biasanya radio Saka hadir untuk melakukan streaming, sehingga jamaah yang tidak hadirpun bias mendengarkan dari media sosialnya.

b) Program Pelataran

Merupakan program yang disiarkan pada hari ahad-jumat pada jam 09.00-13.00 wib. Adapun isi dari program pelataran adalah menyampaikan berita aktual, berita yang lagi viral, dan informasi lainnya terkait kebutuhan masyarakat kauman maupun para pendengar. Dalam program pelataran berita-berita yang disampaikan terkait berita-berita yang ada di sekitar Yogyakarta maupun berita-berita yang lagi viral. Sebagai

contoh berita tentang virus carona yang menjadi sorotan di dunia semenjak akhir tahun 2019 yang lalu.

c) Program Tahu Isi

Program tahu isi merupakan program yang disiarkan pada hari ahad-jumat pada jam 13.00-16.00 wib. Adapun isi dari program tahu isi adalah memberikan informasi dengan obrolan ringan seputar *life style*, *event-event* yang ada disekitar Yogyakarta. Pada tema *life style* biasanya akan membahas salah satu topik tertentu yang berkaitan dengan berbagai kehidupan yang sehat. Sebagai contoh adalah mengundang pembicara yang ahli dibidang jantung dan pemateri memaparkan bagaimana hidup sehat untuk menjaga kesehatan jantung. Pada program ini pesan dakwahnya adalah pada program ini mencoba memberikan siaran kepada pendengar tentang bagaimana *life style* yang baik, baik itu pola makan, kehidupan sehari-hari dan mengajak para pendengar untuk selalu hidup sehat sesuai tuntunan alquran dan sunnah. Sedangkan untuk *event-event* biasanya memberitakan tentang acara-acara yang ada di Yogyakarta, misalnya kegiatan sekaten yang diadakan pada setiap bulan November dan acara besar lainnya yang ada di Yogyakarta.

d) Program Sore-Sore Wahaye

Program sore-sore wahaye merupakan program berisikan tema kewirausahaan, tema motivasi, pada program Sore-sore Wahaye mengundang para nara sumber yang berkaitan dengan tema tersebut. disiarkan pada hari ahad-sabtu pada jam 16.00-19.00 wib. Pada tema kewirausahaan ini biasanya akan mengundang para *entrepreneur* muda yang sudah memiliki usaha sendiri dalam beberapa bidang di kewirausahaan. Sedangkan untuk tema motivasi biasanya juga akan menghadirkan para tokoh-tokoh yang menginspirasi pada beberapa bidang untuk membangkitkan semangat anak muda dalam berkarya.

e) Program Sakinah

Program sakinah adalah program yang membahas masalah keluarga, management keluarga, pola asuh anak dll. Disiarkan pada jam 09.00-13.00 wib pada setiap hari Sabtu, sasaranya adalah anak muda yang belum menikah maupun orang-orang dewasa yang sudah menikah. Pada program ini salah satu temanya adalah membahas

pola asuh anak didalam keluarga. Pada segment ini biasanya mengundang para ahli atau ustad yang ahli dibidang pengasuhan anak dalam Islam.

3. *Types Of Audience*

Types of audience adalah menunjukkan bagaimana sasaran dari suatu media tersebut. Radio komunitas saka selain merancang program-program dengan baik juga sudah menentukan sasaran dari program-program yang telah dibuat dengan sebaik mungkin. Dalam menentukan segmentasi pendengar radio saka fm sendiri adalah radio yang berbasis masyarakat, itu bisa dilihat bagaimana awal berdirinya radio saka fm.

Segment kedua sasaran radio Saka adalah remaja sampai dewasa. Dimana segment kedua ini adalah program-program yang dibuat secara umum namun tak meninggalkan nilai-nilai islaminya. Program-program tersebut seperti program secang hangat, dimana membahas berbagai tema tentang “Muda muslim berkarya” sasarannya adalah remaja sampai dewasa. Sehingga secara umum sasaran dari program-program radio Saka selain pengajian Masjid Gedhe Kauman adalah remaja sampai dewasa. Sedangkan pada *event-event* seperti *off-air* juga sasarannya adalah remaja, mahasiswa dan dewasa. Segmentasi pendengar akan diwujudkan melalui program-program yang telah dibuat oleh radio Saka FM. Program-program tidak akan terbentuk jika tidak melihat segmentasi dari pendengarnya. Untuk klarifikasi jenis pendidikan atau sratanya sasaran radio Saka adalah menengah baik itu dari segi pengetahuan maupun dari segi ekonominya. Selanjutnya jika dilihat dari segmentasi berdasarkan psiografis radio Saka memilih masyarakat Kauman yang religious dan modern serta pelancong yang singgah di sekitaran Kauman.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa, *public relations* yang ada di radio Saka meruapakan bagian dari bidang marketing. Bidang marketing memiliki dua bagian yaitu bidang *public relations* dan bidang media sosial. Kedua bidang tersebut tentunya memiliki fungsi yang berbeda-beda. Berbeda halnya dengan *public relations* pada umumnya yang memiliki banyak fungsi, radio Saka sebagai radio local dan tidak mempunyai banyak jaringan seperti radio komersil pada umumnya,

public relations radio saka sebagian besar hanya berfungsi sebagai publikasi. Yaitu mempublikasikan semua agenda yang mereka miliki kedalam media sosial yang di punya oleh radio Saka, dengan begitu lembaga-lembaga yang ingin berkerjasama bias melihat kegiatan maupun program kerja dari radio Saka sendiri. Selain itu radio Saka juga memiliki fungsi sebagai pemasaran, dimana pemasaran adalah suatu kegiatan manusia dalam hal memuaskan kebutuhan dan keinginannya melalui proses pertukaran. Sehingga dalam hal pemasaran atau marketing, radio saka juga memiliki peran dan berfungsi akan hal tersebut. hal ini bisa dilihat dari fungsi bidang marketing yang sekaligus dirangkap menjadi PR di radio Saka.

Berdasarkan teori Niche yang menyatakan suatu media itu bisa tetap eksis karena ada tiga faktor yaitu, pendapatan, konten-konten yang dihasilkan media tersebut, dan target-target audien dari media tersebut. Hasil penelitian menemukan yaitu pendapatan radio Saka sendiri didapatkan dari pemasukan tetap Masjid gedhe kauman, berhubung radio saka merupakan anak kandung dari masjid gedhe kauman. Pendapatan selanjutnya juga didapatkan oleh radio Saka dari hasil peminjaman barang-barang maupun ruangan oleh beberapa mahasiswa yang di Yogyakarta. Konten-konten radio Saka sendiri merupakan konten-konten yang telah memiliki target-target dalam setiap konten-kontennya. Sehingga memudahkan untuk membuat konten yang tepat sasaran. Konten-konten tersebut adalah konten-konten yang memiliki audiennya masing. Salah satu konten radio Saka adalah program sakinah, yang sasaran audiens nya adalah para ibu rumah tangga ataupun para remaja yang ingin berumah tangga. Program sakinah tersebut berupah kajian tentang parenting, Sehingga memudahkan para pengikut setia jogja untuk mengikuti setiap program-program yang ada di radio Saka.

Types of audiens radio Saka memiliki segment-segment dalam menjalankan program-program radi Saka. Segment tersebut berupa segment audiens program jamaah masjid gedhe. Segment tersebut dikhususkan bagi jamaah tetap masjid gedhe kauman, baik masyarakat kauman asli maupun jamaah masjid kauman diluar masjid kauman. program yang dibuat adalah merelay kan kajian-kajian yang pernah ada di Masjid Gedhe Kauman, yang disiarkan setiap hari sabtu pada jam 04.00-06.00. Selain itu programnya adalah menyiarkan kajian dari Masjid Gedhe Kauman, baik

secara *on-air* maupun secara *off-air*. Pada segment jamaah masjid gedhe kauman, khususnya yang *on-air* biasanya dihadiri oleh para jamaah yang ada di kauman dan sekitarnya, tak jarang juga biasanya dihadiri oleh banyak pelancong yang datang untuk melaksanakan sholat maghrib disana,berhubung ada kajian maka, biasanya mereka juga ikut hadir untuk mendengarkan. Selanjutnya Segment kedua yang ada di radio saka adalah segment untuk pendengar setia radio saka baik masyarakat kauman maupun pendengar diluar masyarakat kauman. Program siaran umum ini adalah program yang bersegment anak muda dan dewasa, seperti menghadirkan *talkshow* seputar motivasi, *entrepreneur*, budaya, film beda buku maupun program khusus yang membahas tentang keluarga. Untuk program umum walaupun berbentuk umum, namun selalu menonjolkan nilai-nilai islam dalam setiap programnya.

Sejak berdiri Radio Saka pada tahun 2012 citra baik maupun pesan yang ingin disampaikan oleh radio Saka kepada masyarakat kauman maupun kepada para pendengar melalui program-programnya, sudah tersampaikan dengan baik. Hal ini terlihat bagaimana respon masyarakat mengikuti kajian baik itu berbentuk *off-air* maupun *on-air*. Selain itu, hal tersebut juga bisa dilihat dari segi pendengar setia dari radio Saka, Baik itu dalam bentuk pengikut media sosialnya yang sampai pada hari ini sudah memasuki angka 1000 *flowwers* maupun dari rating pengunjung halaman website radio saka fm.

SARAN

Public relations Merupakan bidang yang sangat penting yang ada di suatu lembaga baik komersil maupun non komersil. Sehingga radio saka kedepannya agar lebih dimaksimalkan fungsinya, serta mempunyai SDM yang yang mempuni dibidangnya, sehingga mampu membuat radio saka tetap eksis dengan fungsi-fungsi *public relations* nya. Radio Saka FM sebagai bentuk untuk mendukung media dakwah bagi warga Kauman melalui program-program siarannya perlunya dirancang lebih inovatif dan dalam penyampaian penyiar juga harus lebih komunikatif agar mampu mengajak pendengar radio Saka mendapatkan nilai-nilai yang disirakan di radio Saka.Saran terhadap penelitian selanjutnya untuk mencoba dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kasus tentang persepsi pendengar radio komunitas Saka FM terhadap program radio sebagai radio komunitas dakwah di Kauman, Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Alaric, Rafardhan Irfan. (2015). *Strategi Radio Silaturrahim AM 720 Cibubur Bekasi dalam mempertahankan Eksetensi Sebagai Media Dakwah*. Bekasi, Bekasi, Cibubur.

Anissa, Natasha. (2016). *Strategi Public Relations RRI Jakarta dalam mempertahankan citra lembaga RRI Jakarta*. Jakarta.

AP Sinaga, Corry Novrica. (2017). Strategi Komunikasi Radio Komunitas USUKOM FM dalam mempertahankan Eksetensinya. *Jurnal Interaksi*, 1, 1.

Aziz, M. A. (2004). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Christiyanti, Elisabeth. (2015). *Studi Deskriptif kualitatif Strategi Humas RRI Surakarta dalam membangun citra RRI sebagai media Pelestari Budaya Jawa di Surakarta*. Surakarata.

