

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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.(Annisa, 2016 : 1)

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 semakincanggihnya teknologi fitur radio sudah di genggam *smarphone* masing-masing. Adapun pada saat ini sudah ada radio yang berbentuk *streaming* sehingga memudahkan kita untuk menggapai radio yang ingin kita dengar. (Gazali, 2002, 78-80)

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. (Nasution, 2012 : 1)

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 sebagi 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 kemasyarakat terkait komunitasnya. (Panutra, 2012 : 01)

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 *steak holder* perusahaan, dan menangani masalah yang ada di internal maupun eksternal. Ekternal 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. (Sari dan Denni, 2006 : 22).

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 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 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 dalah program sakinah, dimana didalam program tersebut ada tema yang membahas tentang menegement rumah tangga, pola asuh anak, hak-hak sebagai anak. Sasaranya 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 lainya 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

lainya. 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 lainya, jika dilihat dari tempat berdirinya saja sudah unik dibandingkan radio komunitas lainya. 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 kedepanya, khususnya bidang *Public relations*.

Membuat strategi-strategi kepada masyarakat agar Radio Saka konsisten dan mampu mempertahankan eksistensinya sebagai radio dakwah.

Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut apa starategi yang dilakukan radio saka dalam memperjelas kepada publik identitas dirinya sebagai media dakwah dari kajian Mesjid Kauman dan setiap program yang ada di Radio Saka. Maka penulis memberi judul “**Strategi Radio Komunitas Saka FM dalam mempertahankan Eksistensi sebagai Media Dakwah**”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dipaparkan di atas, penulis mengambil rumusan masalah yang akan dijadikan objek penelitian. Maka dapat dirumuskan “Bagaimana Strategi Public Relations Radio Saka FM dalam mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Dakwah”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari Pelitian yang akan penulis tulis yaitu “ Mengetahui peran *Public Relations* Radio Saka FM dalam mempertahankan eksistensi sebagai media dakwah”

D. Manfaat Penelitian

- 1 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.

- 2 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.

E. Sistematika Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini dibagi menjadi lima bab yang mana diuraikan dalam sub-sub bab. Urutan sistematika penelitian ini sebagai berikut :

1. Pada BAB 1,peneliti menjelaskan terkait latar belakang masalah dari penelitian yang peneliti lakukan, identifikasi masalah yang terdapat dilapangan, rumusan penelitian, tujuan penelitian, manfaat dilakukanya penelitian, serta system pembahasan dalam penelitian ini.
2. Pada BAB II, peneliti membahas terkait tinjauan pustaka yakni penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema dalam skripsi ini yaitu strategi *public relations* terhadap radio komunitas. Selain itu penulis juga membahas keangka teori yang dapat menjadi acuan serta landasan penelitian ini.

3. Pada BAB III, membahas terkait metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini. Operasional konsep, pemilihan lokasi serta subjek penelitian. Kemudian penulis juga menjelaskan terkait teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, yakni wawancara, pengamatan, dokumentasi. Selain teknik pengumpulan data peneliti juga membahas tentang kredibilitas serta teknik dalam menganalisis data.
4. Pada BAB IV, peneliti menjelaskan tentang ruang lingkup yang telah dibuat untuk penelitian ini. Ruang lingkup tersebut mencakup tentang gambaran umum lokasi penelitian, kemudian menjelaskan tentang structural *public relations* yang ada di radio komunitas tersebut dan juga menjelaskan teori Niche yang penulis gunakan dalam penelitian ini. Teori tersebut terdiri dari *capital, types of content* dan *types of audience*. Adapun hasilnya menunjukkan untuk pemasukan radio Saka mempunyai dana tetap yang dibariskan oleh Masjid Kauman, karena berdirinya radio Saka karena adanya peran dari takmir Masjid Gedhe Kauman, untuk content sendiri radio Saka mempunyai dua segment dalam melaksanakan programnya, yakni segment kajian kauman, dan segment program umum. Sedangkan Audiens radio Saka juga memiliki audiens masing-masing dalam setiap segment dakwah yang ada di radio Saka. Seda

5. Pada BAB V yang merupakan bagian terakhir dalam penelitian ini, peneliti membahas terkait kesimpulan dari hasil pembahasan dalam penelitian yang telah penulis lakukan berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini. Selanjutnya terkait keterbatasan serta saran dalam penelitian ini yang ditujukan kepada pihak radio Saka terutama bidang *public relations* nya.