BAB I
PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Sarana komunikasi massa di abad 21 ini berkembang amat pesat ditandai dengan maraknya penggunaan internet sebagai penghubung antarmanusia di manapun berada. Radio sebagai salah satu alat komunikasi massa yang muncul di Indonesia pada tahun 1933 (walaupun tahun kelahirannya dipenuhi perdebatan) yang ditandai dengan didirikannya SRV *(Solossche Radio Vereenging*) oleh Mangkunegoro VII dan Sarsito Mangunkusumo di Solo hingga saat ini masih tetap eksis meski persaingan antarmedia massa semakin beragam. Pada masa Orde Baru, penyiaran radio dibatasi pada kepentingan pemerintahan pada masa itu. Akibatnya, independensi radio sebagai ruang jurnalistik menjadi tidak seimbang[1].

Sebagai corong pemerintahan, radio kehilangan kredibilitasnya sebagai media penyampai informasi yang aktual. Akibatnya, apa yang terjadi di lapangan kadang-kadang berbanding terbalik dengan yang diberitakan di radio tersebut. Hal ini tentu menimbulkan kerancuan sehingga radio menjadi tidak efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Akan tetapi, sejak lengsernya Orde Baru dan bangkitnya reformasi, radio menemukan kembali wajahnya. Dalam pemberitaan, wajah media menjadi lebih vulgar, lebih terbuka, dan sangat informatif (Masduki, 2001:1). Pada saat inilah radio mulai menemukan rohnya kembali untuk menjadi media yang objektif dalam memberitakan segala sesuatu yang dibutuhkan masyarakat umum.

Radio sebagai salah satu media massa berperan penting dalam perkembangan masyarakat karena media merupakan produk budaya sekaligus sumber pembentukan budaya yang ada dalam masyarakat (Maryani, 2011:9). Perkembangan media menjadi sangat penting dalam proses demokratisasi berkenaan dengan ruang publik yang dimungkinkan dapat berkembang dalam media. Maryani menambahkan bahwa perkembangan masyarakat kini sedang

[1] Lihat buku " Radio Melintasi Zaman" oleh M. Faried Cahyono (editor) tahun 2013 menyatakan bahwa radio di masa orde baru hanya menjadi corong pemerintah, alat propaganda, dan instrumen kekuasaan dalam memanipulasi kesadaran publik.

mengalami masa transisi dan mengalami krisis dalam berbagai bidang (ekonomi, politik, sosial dan budaya) memerlukan ruang yang memungkinkan partisipasi masyarakat terwujud.

Pada masa sekarang, radio, yang hanya mengandalkan audio tanpa visual, tentu harus bersaing dengan tayangan televisi, *youtube,* dan sebagainya yang mampu menyajikan hiburan secara lengkap. Meskipun demikian, nyatanya radio masih mampu bertahan dan bahkan masih digemari oleh penggemar. Hal ini sesuai dengan pendapat Masduki (2001:4) bahwa radio informasi ternyata mampu eksis bahkan menempati rating pendengar tertinggi dalam setiap survei. Jarang pula terdengar ada radio informasi yang gulung tikar, sebagaimana terjadi pada radio hiburan. Hal ini membuktikan bahwa kreativitas program radio amat diperlukan demi mempertahankan eksistensinya.

Pada dasarnya, sarana komunikasi massa memiliki fungsi yang sama, yakni berfungsi sebagai penerangan, pendidikan, hiburan, dan sarana propaganda. Radio sebagai mode siaran yang bersifat auditif juga dapat mencapai fungsi di atas. Masduki (2001:3) mengklasifikasikan fungsi radio ke dalam empat bagian, yakni sebagai berikut.

> "*Pertama* radio sebagai penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain. *Kedua,* sebagai sarana mobilisasi pendapat publik untuk mengambil kebijakan. *Ketiga,* sarana untuk mempertemukan dua pendapat berbeda/diskusi untuk mendapatkan solusi yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Dan *keempat,* sebagai sarana untuk mengikat kebersamaan dalam semangat kemanusiaan dan kejujuran.

Sesuai dengan yang dikatakan Masduki bahwa radio sebagai penyampai informasi. Menurut Mufid (2007: 36) hal ini juga berlaku pada peranan radio dalam penyelenggaraan informasi kemerdekaan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pada 17 Agustus 1945 kaum pribumi berhasil menyiarkan pernyataan kemerdekaan, berbahasa Indonesia yang kemudian diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris, lalu disiarkan ke seluruh pelosok negeri dan juga seluruh dunia dari Bandung. Di Bandung juga para nasionalis muda berhasil menyambungkan radio lokal ke transmiter gelombang pendek milik Kantor Pusat Telegraf, dan menyampaikan informasi ke seluruh penjuru dunia bahwa Indonesia telah

merdeka. Pada saat yang sama, Gunawan (amatir radio) memancarkan naskah proklamasi kemerdekaan Indonesia dengan menggunakana alat pemancar sederhana radio revolusioner yang merupakan buatannya sendiri.

Dalam bukunya, Astuti (2008:39-41) mengatakan radio memiliki beberapa fungsi, seperti mentranmisikan pesan, mendidik, membujuk, dan juga menghibur. Dalam proses menyampaikan pesan, radio dapat mengambil model komunikasi satu arah ataupun dua arah. Model satu arah menjadikan radio sebagai komunikator tunggal yang menyampaikan pesan kepada audiens pasif. Sementara, model dua arah memposisikan radio sebagai komunikator yang melakukan interaksi timbal balik kepada audiensnya yang aktif. Hal ini sesuai dengan tren radio masa kini yang lebih cenderung menggunakan komunikasi dua arah, karena agak sulit sepertinya jika radio masih menggunakan model satu arah jika tidak ingin ditinggalkan oleh pendengarnya yang merasa tidak dilibatkan dalam program acara tersebut.

Meskipun hanya dapat didengarkan, radio mampu memberikan informasi/berita yang lengkap, memberikan nilai-nilai pendidikan, menghibur pendengar, dan bahkan menjadi media dakwah. Hal inilah yang membedakannya dengan media massa lainnya, yakni kombinasi unsur-unsur audio (musik, *sound effect*, dan kemampuan retorika) harus diperhatikan seorang komunikator radio agar pesan-pesan dapat diterima dengan baik oleh pendengarnya yang heterogen.

Sebagai media dakwah, radio efektif untuk menyampaikan nilai-nilai religius kepada masyarakat. Hal ini didasarkan pada kemampuan radio dalam menyampaikan pesan secara langsung sehingga ia lebih *up to date* daripada surat kabar. Melalui dakwah radio, pendengar tidak perlu meluangkan waktu untuk duduk dan mengamati, melainkan mereka bisa dengan melakukan aktivitas apapun sembari mendengarkan sebuah ceramah. Selain dapat menyampaikan pesan secara langsung, efektivitas radio dalam dakwah juga didukung oleh efek audio dan kemampuan retorika penyiar sehingga pesan dakwah yang disampaikan dapat menghibur dan memberi manfaat.

Pada masa sekarang, jangkauan penyiaran radio semakin meluas seiring maraknya penggunaan radio internet atau radio *streaming*, yakni radio yang ditransmisikan dengan sarana internet. Radio internet ini merupakan salah satu

inovasi agar siaran radio dapat dinikmati di manapun penggemar berada karena radio konvensional memiliki keterbatasan geografis. Hal ini tidak mengurangi secara esensi radio konvesional, bahkan membantunya semakin dikenal khalayak yang lebih luas. Oleh karena murahnya biaya pembuatan radio internet, bermunculanlah pula radio *online* yang dikelola oleh kelompok atau bahkan perorangan. Hal ini membuat persaingan antar radio semakin tinggi.

Di Jambi, perkembangan radio semakin signifikan ditandai dengan banyaknya radio yang didirikan, baik radio konvesional maupun *online*. Menurut Ariyani (2013), di Jambi telah berdiri banyak saluran radio yang ditandai dengan padatnya daftar radio yang mengudara di Frekuensi Modulation (FM). Hal ini dapat dibuktikan ketika seseorang menggeser saluran radio dalam jumlah nol koma saja dapat berganti di saluran radio lain. Kepadatan ini menurutnya merupakan bentuk kreativitas pecinta radio yang barangkali juga ingin eksis di dalamnya. Meski demikian, tidak semua radio konvensional di Jambi sudah tersambung dengan internet. Ia menambahkan bahwa radio yang tidak tersambung dengan internet dikatakan ketinggalan zaman karena pendengarnya tetap.

Secara geografis, Jambi memiliki luas wilayah kurang lebih 205.38 km2 (data berdasarkan UU no. 6 tahun 1986) dengan jumlah penduduk sekitar 569.331 jiwa. Jumlah kabupaten yang ada di Provinsi Jambi yakni sebanyak 11 (sebelas) kabupaten dengan penduduk mayoritas (87,17 %) beragama Islam, lainnya Katolik (3,42%), Protestan (4,06%), Budha (3,31%), Hindu (1,22%), dan lain-lain (0,82%) . Tercatat sampai dengan saat ini radio yang beroperasi di seluruh wilayah Provinsi Jambi mencapai 31 stasiun radio, menurut data yang didapat dari dinas kominfo Provinsi Jambi (http://jambikota.go.id/id/index.php?option=com_content&task=view&id=171&Itemid=117 diakses pada hari Kamis, 27 Oktober 2016 pada pukul 20.32 WIB). Dari data di atas dapat dilihat bahwa keberadaan radio di provinsi Jambi cukup banyak. Kuantitas ini juga memengaruhi kualitas siaran masing-masing radio. Dari sekian radio tersebut, diambil dua stasiun radio yang dianggap dikenal banyak orang dari semua kalangan, yakni Radio Metro FM dan Radio Manggis FM.

Peneliti tertarik dengan persoalan Islam yang ada dalam radio-radio tersebut karena beberapa hal, di antaranya adalah faktor sejarah, demografi, dan tentunya keinginan besar peneliti yang ingin mengetahui lebih dalam peran media dalam menyiarkan Islam. Di tengah gempuran westernisasi yang banyak mengubah cara pandang manusia terhadap keadaan, khususnya sosial-budaya, tentu nilai-nilai yang pernah tertanam akan sedikit bergeser. Di era serba digital ini, kebudayaan tradisional seolah dengan mudah tergantikan dengan kebudayaan *pop* (populer). Hal ini sesuai dengan pengertian yang disampaikan Strinati (dalam Dewojati, 2015:6) bahwa kebudayaan populer muncul biasanya lahir karena budaya konsumsi yang didukung oleh teknologi informasi mutakhir. Jika kebudayaan (kesenian) tradisional muncul dan bertahan karena kehendak rakyat (dengan tradisinya), kebudayaan (kesenian) rakyat lahir dan bertahan karena kehendak bangsa (dengan ideologi kerakyatannya, seni atau budaya populer lahir dan bertahan karena kehendak media (dengan idelogi kapitalisme dan konsumsinya).

Berkenaan dengan dakwah, yang dalam hal ini adalah dakwah Islam, program-program radio di Jambi juga mengalami inovasi. Meskipun telah dihubungkan dengan internet, program-program dakwah Islam di beberapa stasiun radio tetap ada di tengah gencarnya modernisasi zaman dan tren yang kebarat-baratan. Dalam hal ini, strategi program kreatif dakwah dalam radio tersebut juga harus menyesuaikan diri. Radio Metro FM sebagai salah satu radio besar dan dianggap nge-trend di semua kalangan, mempertahankan program dakwah Islam, yakni mengadakan program dakwah Islam seminggu sekali pada hari kamis.

Penelitian ini mengkaji program-program religi yang terdapat dalam radio lokal di Jambi, yakni radio Metro101,9 FM dalam siaran Metro Qalbu dan radio Manggis 96,00 FM dalam siaran Ustadz Kita. Pemilihan objek kajian tersebut dikarenakan Radio Metro FM dan Radio Manggis FM sudah mempunyai pasar di daerah Jambi. Audiens pendengar Radio Metro FM dan Radio Manggis FM ialah usia produktif, dari remaja sampai orang tua antara 14 tahun sampai 55 tahun. Dengan latar belakang pendidikan campuran, dan perekonomian yang menengah keatas dan juga tidak menengah kebawah.

Radio Metro FM mempunyai tagline “The Progresive Radio” yang sudah berdiri lebih dari 20 tahun lamanya. Musik menjadi koponen penting dalam Radio Metro FM, maka dari itu Metro FM selalu menyajikan musik-musik yang terbaik dan berkualitas bagi pendengarnya. Saat ini Metro FM menjadi radio favorit bagi masyarakat Jambi dikarenakan Metro FM dianggap memiliki unsur yang baik dalam setiap siarannya baik dalam segi penyampaian, penyiar, musik, dan sebagainya. Siaran Metro Qalbu dalam Radio Metro FM, biasanya tayang seminggu sekali pada hari Kamis (malam Jumat), isi siaran dalam Metro Qalbu yakni tausiyah dari Ustadz dan Ustadzah setempat dan tak jarang mengundang narasumber dari berbagai kota, serta ada juga sesi tanya jawab. Menariknya, meski Radio Metro FM sudah dianggap sebagai radio yang terkenal dengan *life style* anak muda dengan target menengah ke atas, namun Radio Metro FM tetap konsisten dalam menayangkan siaran religi.

Adapun radio Manggis FM memulai siarannya pada tahun 1972. Radio Manggis FM lebih terkenal dengan identitas radio barometer dangdut se-Jambi raya, namun Radio Manggis FM juga tetap menyiarkan siaran dakwah setiap minggunya melalui siaran Ustadz Kita, yang dibawakan setiap hari Jumat pada pukul 17:00 WIB sampai dengan 18:00 WIB, isi siaran program Ustadz Kita biasanya membahas tema-tema keIslaman yang dekat dengan masyarakat lokal, selain itu ada pula dialog tanya jawab melalui *sms*.

Selain beberapa alasan di atas, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengkaji secara komprehensif terhadap dua radio tersebut yang secara mendasar memiliki ciri khas yang berbeda. Selain itu, penelitian terhadap dua radio tersebut dan program religi di dalamnya belum pernah ditemukan oleh peneliti. Dari beberapa hal di atas, peneliti merasa perlu mengetahui secara mendalam mengapa kedua radio tersebut tetap menyiarkan dakwah Islam? Apakah strategi program religi ini digunakan dua radio tersebut agar dapat selalu diterima oleh masyarakat yang mayoritas beragama Islam?

B. RUMUSAN MASALAH

Dalam penelitian ini, objek yang dipilih ialah Radio Metro FM dan Radio Manggis FM. Kedua radio tersebut dipilih karena merupakan radio yang

mempunyai pasar serta segmentasi yang berbeda, Radio Metro FM memfokuskan kepada siaran musik kekinian yang mengedepankan kualitas, sedangkan Radio Manggis FM memfokuskan kepada siaran musik dangdut. Meskipun kedua radio tersebut mempunyai fokus yang berbeda, kedua radio tersebut tetap menyisipkan siaran religi dalam setiap minggunya. Ini yang membuat peneliti tertarik untuk mengetahui strategi kreatif apa yang terdapat didalam siaran religi kedua radio tersebut. Berdasarkan penjelasan serta latar belakang di atas, maka masalah yang akan diteliti ialah sebagai berikut.

a. Bagaimana proses produksi kreatif program religi di radio lokal Jambi (Metro FM dalam Program Siaran "Metro Qolbu" dan Manggis FM dalam Program Siaran "Ustadz Kita")?

b. Bagaimana peran radio lokal Jambi (Metro FM dalam Program Siaran "Metro Qolbu" dan Manggis FM dalam Program Siaran "Ustadz Kita") dalam menyampaikan nilai keIslaman kepada masyarakat?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini yakni untuk mendeskripsikan hal-hal yang dilakukan dalam produksi kreatif Radio Metro FM dan Radio Manggis FM di Jambi dalam bidang dakwah Islam, antara lain:

1. Mendeskripsikan proses kreatif program siaran religi di kedua radio tersebut.
2. Mengetahui bagaimana peran radio menyampaikan dakwah Islam tersebut dapat diterima masyarakat dan dapat memberikan pesan keagamaan kepada masyarakat.

D. MANFAAT PENELITIAN

Dilihat dari tujuan penelitian di atas, maka diharapkan pula penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun sosial.

Manfaat Akademis

1. Dapat memahami proses produksi kreatif dari sebuah perusahaan radio terutama dalam siaran religi, serta mengetahui konten-konten kreatif apa saja yang terdapat di siaran religi perusahaan radio tersebut.

2. Untuk memperkaya khasanah teoretik tentang produksi kreatif dalam siaran religi radio lokal sehingga dapat dijadikan referensi akademik bagi dunia pendidikan.

3. Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana ilmu komunikasi.

Manfaat Sosial

1. Perusahaan : Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi serta landasan untuk pengambilan kebijakan bagi perusahaan Radio Manggis FM dan Radio Metro FM.

2. Masyarakat : Penelitian ini dapat membuat masyarakat mengetahui proses-proses produksi kreatif siaran religi dari radio yang mereka dengarkan.

E. TINJAUAN PUSTAKA

1. Penelitian Terdahulu

Tidak dapat dipungkiri penelitian tentang radio telah banyak diteliti oleh peneliti-peneliti sebelumnya, yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu, beda konteks pengkajian serta objek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu yang masih berhubungan dengan penelitian ini.

Penelitian sebelumnya dalam eJournal Mahasiswa Universitas Padjajaran vol.2 no.2 tahun 2013 karya Mega Sukma mengkaji program kreatif radio dengan judul "Program Menu Sport Radio Suara 107,9 FM sebagai Media Penyebaran Informasi Olahraga di Jatinangor Kabupaten Sumedang". Dalam penelitian tersebut peneliti memfokuskan penelitiannya hanya pada konteks siaran olahraga saja. Peneliti mengkaji semua hal yang berkaitan dengan penyebaran informasi olah raga di Jatinangor kabupaten Sumedang. Penelitian ini berkesimpulan bahwa dalam program menu sport Radio Suara 107,9 FM memerlukan setidaknya tiga tahapan, yakni *pertama* kesesuaian antara visi, misi, sasaran pendengar radio dan

harus mengacu pada kebutuhan pendengar. *Kedua,* pencarian menggunakan media internet dan penyusunan naskah siaran akan memudahkan penyiar, dan *ketiga* pentingnya menguasai teknik intonasi dan artikulasi yang baik.

Penelitian berikutnya yang masih berkaitan dengan penelitian sebelumnya, yakni penelitian dari skripsi Lisda Okdiana mahasiswi Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul "Produksi Program Radio: Analisis Program Sindo Pagi di Radio Sindo Trijaya FM". Peneliti mengkaji cara penyusunan program Sindo Pagi dalam radio Sindo Trijaya FM berdasarkan proses pra poduksi, produksi, serta pasca produksi. Dalam penelitian tersebut peneliti menguraikan macam-macam isi program siaran Sindo Pagi, yakni siraman motivasi, berita internasional, dan juga berita nasional yang meliputi keadaan lalu lintas, serta cuaca di wilayah Jakarta. Kesimpulan dari penelitian tersebut ialah program Sindo Pagi dalam radio Sindo Trijaya FM sesuai dengan sifat radio, yakni segera dan langsung. Program Sindo Pagi juga berupaya memberikan program yang variatif sehingga dapat menjadikan pengarnya termotivasi serta informatif akan berita terkini yang sedang terjadi.

Penelitian berikutnya yakni penelitian skripsi mahasiswi fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Kalijaga dengan judul "Strategi Kreatif Radio Unisia dalam Mempertahankan Eksistensinya sebagai Lembaga Radio" karya Musyarofah. Dalam penelitiannya, peneliti mengkaji program kreatif yang terdapat dalam radio Unisia yang hingga saat penelitian itu ditulis tetap eksis dalam dunia penyiaran dan tetap menarik minat masyarakat untuk tetap mendengarkan radio unisia meskipun berbasis radio religi. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis dengan menggunakan metode Miles dan Huberman yang terdiri dari empat tahapan, yakni pengumpulan, reduksi penyajian, verifikasi data. Penelitian ini berkesimpulan bahwa radio Unisia menggunakan empat strategi, yaitu satu, menentukan radio pesaing dengan memantau serta mendata radio-radio pesaing yang berada di Yogyakarta. Kedua, mendengarkan radio pesaing, dengan cara mengamati, dan mencermati program-program yang disiarkan secara harian maupun mingguan. Ketiga, menganalisa isi serta materi program siaran dari radio pesaing, lalu setelah itu dicari kelemahan dan juga kelebihan dari program acara radio pesaing tersebut. Dan keempat, merencanakan strategi untuk bersaing

dengan menyajikan program siaran secara mendalam, karena radio Unisia berbasis religi maka seluruh program siarannya dikemas dengan sentuhan religi pula.

Penelitian selanjutnya dalam bentuk jurnal pendidikan Bahasa Arab dan kebahasa araban (online), volume 2 no 1 (30 Juni 2015), berkenaan dengan program kreatif dalam radio streaming dengan judul "Arabic Program On Cot Kala Langsa Streaming Radio Sebagai Strategi Baru Pembelajaran Bahasa Arab" yang ditulis oleh Dhiauddin, mahasiswa Institut Agama Islam AL-Muslim Aceh. Penelitian ini mengkaji efektivitas radio streaming untuk memberikan pelajaran bahasa arab kepada, mahasiswa Institut Agama Islam AL-Muslim, masyarakat umum, dan pecinta bahasa arab. Penelitian ini berkesimpulan bahwa dengan adanya program tersebut menjadikan belajar bahasa Arab menarik, inovatif dan mengasyikkan. Adapun materi-materi yang disajikan di antaranya adalah tentang Pentingnya belajar bahasa Arab, metode pembelajaran bahasa Arab untuk non-Arab, pendidikan, seni, kajian Timur Tengah, cerita-cerita, lagu-lagu Arab, keIslaman, dan lain-lain.

Penelitian selanjutnya yakni dalam bentuk skripsi dengan judul "Siaran Dakwah pada Program Acara Zona Religi di Radio Republik Indonesia Pro 2 Semarang" karya Umy Wardani mahasiswi fakultas dakwah dan komunikasi Institut Agama Islam Negri Walisongo Semarang. Penelitian ini mengkaji seluruh proses produksi program religi di radio RRI Pro 2 Semarang. Peneliti beranggapan bahwa RRI Pro 2 Semarang mampu tampil beda dalam memberikan pelayanan kepada pendengarnya dengan berupaya menyajikan program yang bernuansa Islami. Selain itu, menurut peneliti, suatu program yang berkualitas dipengaruhi oleh bagaimana program itu diproduksi dan dikemas suatu produksi yang baik, tentu akan menghasilkan program yang baik pula. Hal inilah yang melatarbelakangi peneliti ingin mengkaji lebih dalam mengenai program religi dalam radio tersebut. Peneliti menggunakan metode kualitatif, yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti berkesimpulan bahwa dalam menentukan program program Zona Religi dan program siaran lainnya, manajemen radio RRI Pro 2 Semarang selalu mengacu pada acuan dasar siaran, atau SOP yang berlaku di perusahaan tersebut. Radio pada umumnya dianggap memiliki Standar

Operation Procedure (SOP), yakni proses siaran/produksi ini terdiri dari tiga bagian utama, yaitu: tahap pra produksi,produksi dan pasca produksi.

Penelitian selanjutnya adalah dari jurnal internasional dalam bentuk artikel berjudul "Four Steps in Innovative Radio Broadcasting: From QuickTime to podcasting" oleh Enrico Menduni dari *Università Roma Tre, Italy* pada tahun 2007. Penelitian ini mengkaji perencanaan-perencanaan yang mungkin dapat dilakukan untuk inovasi penyiaran radio, yang telah diinovasi dari QuickTime, yang merupakan salah satu jenis aplikasi di Windows untuk mendengar siaran atau menonton video, sampai podcasting, yang merupakan gabungan dari kata iPod dan *broadcast.* Penelitian ini mencoba menjelaskan masa depan radio di tengah aplikasi yang telah menjamur dan sangat dilengkapi dengan berbagai keunggulan. Salah satu pertanyaan peneliti adalah apakah podcasting sebagai sebuah pembaharuan atau justru podcasting itu hanyalah tren budaya yang tidak kekal, bersifat sementara? Peneliti menjelaskan sejarah sebelum adanya QuickTime dan podcasting, dari perkembangan munculnya Walkman yang ngetren di masanya. Peneliti berkesimpulan bahwa *Indeed it may be that radio in the digital era may profit more by establishing some form of alliance with mobile phones, including an evolution of podcasting.*Semestinya radio harus membuat suatu aplikasi yang dapat tersambung dengan telepon sehingga bisa mengikuti perkembangan zaman yang serba digital dan juga dapat mempertahankannya sebagai radio penyampai informasi yang *up to date.*

2. Kerangka Pemikiran

a. Radio sebagai Media Pendidikan

Seiring berkembangnya zaman, tren masyarakat semakin beragam. Globalisasi sudah terlanjur menjalar ke semua sisi kehidupan. Nilai-nilai kearifan lokal masyarakat selalu dibenturkan dengan nilai-nilai baru yang tidak diketahui dari mana berasal. Hal ini mengakibatkan nilai-nilai dasar dalam masyarakat menjadi tidak menentu.

Meskipun menghadapi perubahan zaman yang begitu cepat ke arah kemajuan, radio sebagai satu-satunya media penyiaran pertama di Indonesia tetap

eksis sejak awal tahun 1900-an. Perannya sebagai media penyiaran publik ternyata tetap bertahan terbukti dengan rating pendengar yang tetap tinggi.

Mengacu pada fungsi-fungsi radio yang telah dipaparkan dalam latar belakang di atas, kreativitas program radio amat diperlukan demi menunjang keberlangsungannya dalam masyarakat. Hal ini juga sesuai pendapat Masduki (2001:3-4) bahwa masyarakat kini semakin kritis terhadap siaran radio. Tidak hanya mendengarkan, masyarakat juga menggunakan kemampuan berpikir dan sekaligus empati sehingga membentuk sikap kritis dalam menikmati radio. Ketika program sebuah siaran radio membosankan, pendengar tidak segan untuk berpindah kanal lain sehingga kreativitas program sangat diperlukan sebuah stasiun radio.

Dalam perannya menjadi media penyiaran publik, radio dapat dijadikan sebagai kekuatan utama media untuk hubungan kepentingan yang baik maupun kepentingan yang buruk bagi masyarakat (Prayuda, 2005:9). Dalam hal ini, acara-acara yang ditawarkan oleh penyiaran radio biasanya mencerminkan "*need and wants*" yang bernilai bagi masyarakat. Dengan asumsi tersebut, acara-acara radio yang baik akan diterima di masyarakat secara luas, lebih-lebih dapat memberikan nilai-nilai positif. Akan tetapi, bila suatu acara tidak baik maka akan menimbulkan ketegangan dalam masyarakat.

Berdasarkan hal itu, radio sangat berperan penting dalam memberikan nilai-nilai kemasyarakatan karena radio pada dasarnya memiliki fungsi dasar media penyiaran, yakni memberikan hiburan (*entertainment*), memberikan informasi (*information*), dan memberikan edukasi (*education*). Sebagai media hiburan, radio diharuskan memiliki keunikan-keunikan program karena uniknya program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran (Morissan, 2005:97). Ketika para pendengar tertarik mengikuti acara, dapat dipastikan mereka merasa terhibur dengan program tersebut.

Sebagai media penyampai informasi, radio harus memberikan informasi berupa berita-berita yang aktual, terpercaya, dan dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Morissan (2005:101) bahwa program informasi adalah jenis siaran yang tujuannya untuk memberikan tambahan pengetahuan

(informasi) kepada khalayak audien sehingga daya tarik program ini adalah informasi. Dengan demikian, peran radio dalam menyampaikan informasi amatlah diperlukan guna menginformasikan segala sesuatu yang *up to date* kepada masyarakat secara umum. Menurut Prayudha (2006:48), berita haruslah menarik, berita menarik ialah berita yang bisa menarik audiens untuk mendengarkan berita tersebut. Berita biasanya bersifat aktual, hangat, dan juga menarik perhatian sejumlah orang. Berita yang baik harus mengandung komponen *5W1H* yaitu, *What, When, Where, Who, Why, How*. Untuk mencapai tujuan stasiun radio sudah selayaknya berita disusun secara singkat dan juga sederhana, baik secara bahasa, kalimat, serta penyampaiannya agar informasi yang diterima audiens mudah untuk dipahami.

Sebagai media pendidikan, radio harus menyampaikan nilai-nilai penting tentang kemasyarakatan yang diyakini sebagian besar masyarakat dalam lingkup tertentu karena radio berperan juga dalam membentuk opini publik. Menurut Joseph Dominick seperti dikutip oleh Morissan (2005:109), sasaran pendengar radio sangatlah luas dan beragam sehingga diperlukan pemilahan-pemilahan. Ia kemudian mengklasifikasikan sasaran siaran tersebut, misalnya berdasarkan aspek demografis: umur, jenis kelamin, profesi, hingga geografi. Dengan dasar itu, dalam stasiun radio memiliki beberapa format acara, misalnya anak-anak, remaja, muda, dewasa dan tua. Berdasarkan profesi, perilaku, atau gaya hidup terdapat radio dengan format profesional, intelektual, petani, buruh, mahasiswa, nelayan, dan sebagainya.

Dari pendapat di atas, tidak dapat dipungkiri bahwa klasifikasi sasaran tersebut merupakan strategi radio untuk menyampaikan nilai kepada masyarakat dengan sebaik-baiknya dan setepat-tepatnya. Untuk itu, Dominick (dalam Morissan, 2005:109) kemudian mengungkapkan bahwa format siaran dalam radio harus tampil dalam empat wilayah yaitu:

1. Kepribadian (*personality*) penyiar dan reporter;
2. Pilihan musik dan lagu;
3. Pilihan musik dan gaya bertutur (*talk*);
4. Spot atau kemasan iklan, jinggel, dan bentuk-bentuk promosi acara radio lainnya.

Sebagaimana yang dikutip oleh Morissan (2005:111), menurut Pringle-Star-McCavitt, format stasiun radio dapat dikelompokan menjadi tiga kelompok besar:

> "Format musik, format informasi, dan format khusus. Format musik menjadi format yang banyak digunakan oleh stasiun radio komersial. Namun menentukan format musik audiens menjadi sulit karena banyaknya bagian dalam setiap jenis musik yang mulai beragam, yang menjadikan adanya kemiripan dalam beberapa jenis musik. Sedang format informasi dibagi lagi menjadi tiga bagian, yaitu dominasi berita *(all news)*, dominasi perbincangan *(all news)*, selain itu ada pula format kombinasi yang menggabungkan antara format berita dan format perbincangan *(talk news)*. Format berita biasanya terdiri dari berita lokal, regional, nasional, serta *international*, laporan feature, analisis, komentar, dan editorial. Target audiens dalam format ini biasanya diantara usia produktif 25 tahun hingga 54 tahun, dengan pendidikan menengah ke atas. Sementara format khusus ialah format yang dikhususkan bagi para audiens berdasarkan etnis dan agamanya. Maka dari itu, format khusus dibagi menjadi dua bagian, yaitu format etnis dan format agama (religi)." (Morissan, 2005:111)

Dalam hubungannya dengan format agama, dalam konteks dakwah Islam, bagaimanakah peran radio dalam menyiarkan Islam ke masyarakat? Bila dakwah dipahami sebagai propaganda, maka pada sejarahnya, radio secara terang-terangan pernah menjadi corong propaganda bagi kepentingan politik Orde Baru. Dalam Tesaurus Bahasa Indonesia (Endarmoko, 2007:142), dakwah diartikan sebagai '1. Khotbah, misi/penyiaran agama; 2. Daayah, kampanye, propaganda. Tentu dakwah dalam radio bisa dimaknai berbeda, misalnya adanya aturan yang mengharuskan sebuah stasiun radio mengadakan acara yang menyiarkan soal agama. Hal ini sesuai dengan pendapat Morissan (2005:112) bahwa dalam pendirian sebuah stasiun radio di Indonesia diwajibkan mempunyai format siaran. Hal ini telah diatur dalam ketentuan Undang-Undang Penyiaran yang menyatakan bahwa pemohon izin penyiaran yang ingin membuka stasiun penyiaran wajib mencantumkan nama visi, misi, dan format siaran yang akan diselenggarakan serta memenuhi persyaratan sesuai ketentuan undang-undang (Morissan, 2005:112).

Hal ini berbeda dengan izin pendirian stasiun penyiaran di luar negeri (Amerika, misalnya) yang tidak memiliki aturan ketat mengenai hal tersebut. Persoalan format siaran tidak menjadi urusan badan regulator, tetapi diserahkan sepenuhnya kepada stasiun penyiaran itu untuk menentukan format siarannya.

Dengan demikian, format siaran adalah hal pokok dalam setiap radio karena pada hakekatnya format siaran tersebut telah diatur dalam undang-undang penyiaran.

Ada beberapa pendapat tentang pengertian dakwah. Sebagaimana dikutip oleh Ilaihi (2010:14) Sayyid Qutb memberikan batasan pada pengertian dakwah, yakni sebagai berikut.

> ""Mengajak" atau "menyeru" kepada orang lain masuk ke dalam jalan Allah SWT, bukan untuk mengikuti da'i atau sekelompok orang. Ahmad Ghusuli memaparkan bahwa dakwah merupakan pekerjaan atau ucapan untuk mempengaruhi manusia supaya mengikuti Islam. Abdul al Badi Shadar membagi dakwah ke dalam dua tataran, yakni dakwah fardiyah dan dakwah ummah. Sementara itu, Abu Zahro menyatakan bahwa dakwah itu dibagi menjadi dua hal, yakni pelaksana dakwah perseorangan, dan organisasi. Adapun Ismail Al-faruqi mengungkapkan bahwa hakikat dakwah adalah kebebasan, universal, dan rasional. Kebebasan inilah yang menunjukan bahwa dakwah itu bersifat universal (perilaku untuk semua umat dan sepanjang masa)."

Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa pada dasarnya dakwah mengajak umat manusia untuk melaksanakan kewajiban dan meninggalkan larangan. Hal ini juga sudah termaktub dalam Al-qur'an dan hadits dengan seruan amar ma'ruf nahi mungkar, yakni mengajak pada yang baik dan mencegah pada yang mungkar (Q.S. Al-Imran: 104).

Ilaihi (2010:20-21) mengklasifikasikan media dakwah menjadi lima aspek, yakni sebagai berikut.

1. Lisan, ialah media dakwah yang paling sederhana yang hanya menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, lagu dan lain sebagainya.
2. Tulisan, seperti buku, majalah, surat kabar, korespondensi (surat, email, sms), spanduk, dan lain-lain.
3. Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.
4. Audio visual, yakni alat dakwah yang dapat merangsang panca indra, biasanya berbentuk televisi, radio, internet,slide, dan sebagainya.
5. Akhlak, yakni perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran-ajaran Islam.

Berdasarkan pendapat tersebut, dakwah dapat dilakukan melalui radio. Sebagai salah satu media komunikasi, radio tentu memiliki peranan penting dalam dakwah. Radio memiliki pangsa pasar yang lebih tetap dibanding media lainnya karena sarana-sarana retorika dalam radio amat diperhatikan, misalnya

penyiarnya. Dalam konteks dakwah, program radio biasanya berupa pengajian bahkan berbentuk diskusi keagamaan. Direktur program tentu memilih penyiar dengan kriteria yang diharapkan agar proses dakwah dapat berjalan sesuai dengan tujuan dan dapat dinikmati para pendengar. Hal ini sesuai dengan pendapat Kuswata dan Suryakusumah (1986:49) bahwa prinsip dalam komunikasi memerlukan kepiawaian penyiar untuk membawa, memengaruhi, sekaligus memindahkan pemikiran atau ideologi orang yang diajak agar dengan ikhlas mengikuti pemikiran yang disampaikan. Prinsip di atas merupakan prinsip yang mendasar bagi para penyiar karena kepiawaiannya dalam berkomunikasi adalah bekal kesuksesan suatu program dakwah.

b. Proses Kreatif Siaran Radio

Proses kreatif sebagaimana yang telah disampaikan sebelumnya bahwa program kreatif dalam radio menentukan keberhasilannya di pasaran. Menurut Kertamukti (2015:1), proses kreatif dalam media diperlukan untuk meraup pasar seluas-luasnya sehingga harus dikerjakan oleh orang-orang yang kreatif (pekerja kreatif). Para pekerja kreatif inilah yang menurut Rhenal Kasali (dalam Kertamukti, 215:1) disebut sebagai orang kreatif yang bertanggung jawab terhadap pekerjaan kreatif sehingga mereka dikenal melalui dunia kreatif tersebut.

Triartanto (2010:72) menyatakan bahwa dalam kaitannya dengan proses kreatif radio, seorang kreator harus bisa bersaing untuk mendapatkan perhatian di khalayak umum. Hal tersebut mengharuskan seorang kreator radio harus inovatif dan kreatif. Inovatif (dalam Kamus Ilmiah Populer Lengkap, karya Maulana, 2003:170) diartikan sebagai pembaruan; yang bersifat pembaharuan; serta mengarah kepada pembaharuan (perbaikan dan pengembangan), sedangkan kreatif (hlm.249) diartikan sebagai memiliki daya cipta; kemampuan untuk menciptakan.

Untuk mencapai hal-hal di atas, diperlukan elemen-elemen yang dapat menunjang dan sekaligus mencapai tujuan tersebut. Triartanto menyebutkan beberapa hal yang harus menjadi perhatian sebuah radio agar siarannya dapat dinikmati dan digemari masyarakat, yakni suara penyiar, lagu, dan bunyi-bunyi lainnya yang ditata sedemikian rupa sesuai dengan tujuan dan aturan

penyajiannya. Selain itu, jenis program yang disiarkan juga sangat menentukan pasar bagi para pendengar.

Sebagaimana dikutip Triartanto (2010:125), unsur-unsur yang menjadi daya tarik suatu stasiun radio antara lain adalah musik (*music*), kata-kata (*words*), dan efek suara (*sound effect*). Dengan adanya ketiga unsur tersebut dalam stasiun radio, pembuatan program jadi lebih mudah untuk dikemas, gunanya ialah untuk menyihir audiens pendengar radio agar tetap *staytuned*pada program yang sedang didengarkan.

Musik merupakan elemen terbesar dalam stasiun radio, tidak sedikit radio yang menjadikan program musik (yang notabenenya berisi tangga-tangga lagu yang dijadikan *topchart*) sebagai kekuatan radio tersebut. Beberapa stasiun radio lokal mau nasional banyak pula yang mengandalkan format musik sebagai identitas radio tersebut (contoh; Manggis FM, dikenal dengan radio dangdut).

Dengan adanya kekhasan dalam bentuk format musik yang terdapat di stasiun radio tersebut, pemetaan audiens menjadi lebih teratur, sebagaimana korelasi yang terjadi, yakni format musik pop biasanya diidentikan dengan radio anak muda, sedang format musik tradisional (dangdut, campur sari) diidentikan dengan radio orang (tua) dewasa. Akan tetapi program musik yang dirancang juga harus disesuaikan dengan konsep acara, gaya siaran, iklan, serta bentuk sapaan audiens, karean hal itu sangat berpengaruh dengan segmentasi audiens yang mendengar radio tersebut.

Selain musik, kata-kata juga termasuk ke dalam unsur penting program stasiun radio. Melalui kata-kata, penyiar dengan audiens dapat saling bertukar makna karena adanya percakapan komunikasi dua arah (timbal balik). Tutur kata penyiar juga mempengaruhi faktor kekuatan dalam stasiun radio. Penyiar biasanya mempunyai karakter suara tersendiri yang enak di dengar, jelas artikulasinya, serta padat akan bobot perkataan yang disampaikannya.

Ada beberapa audiens yang mendengarkan siaran radio bukan karena program format musiknya, melainkan karena pembawaan penyiarnya yang dapat membangkitkan emosi, perasaan, dan pikiran bagi pendengar. Kadang-kadang, melalui kata-kata bahasa siaran dapat menjadi identitas suatu radio. Menurut Rahmawati dan Rusnandi (tanpa tahun: 147) penyiar dalam menjalankan tugasnya

haruslah berbicara dengan terkonsep (gagasan yang jelas), teratur (berfikir dan bertutur secara kronologis), terarah (sesuai dengan tujuan), dan juga tuntas (tidak menimbulkan tanda tanya terhadap audiens). Hal ini dapat dibuktikan dengan pendengar yang dengan segera dapat mengetahui suatu siaran radio dengan mendengar ragam kata-kata yang disampaikan oleh penyiar.

Penyiar radio haruslah bersuara merdu, dan juga berkarakter, berbeda stasiun radio menjadikan stasiun radio memiliki standarisasi kualitas penyiarnya. Rahmawati dan Rusnandi (tanpa tahun: 152) juga menambahkan tidak ada suara yang tidak bagus, hanya saja untuk menjadi seorang penyiar radio tidak cukup jika hanya bisa berbicara dan bersuara merdu, seorang penyiar juga harus memiliki karakter agar mampu memberikan kesan kepada audiens dalam nada bicaranya. Karakter suara seorang penyiar , artikulasi, kejelasan dalam berbicara, intonasi, dan juga ekspresi dalam nada berbicara penyiar akan menciptakan kesan yang beragam di telinga audiens.

Melalui kekuatan kata-kata pula beberapa stasiun radio ada yang memilih format berita atau obrolan sebagai kekuatan programnya. Adapula yang menggunakan kata-kata dalam bentuk drama komedi sehingga para pendengar dapat mengikuti cerita dengan menikmati setiap dialog yang diucapkan, dan mereka hanyut dalam suasana tersebut.

Selain kedua hal diatas, salah satu hal yang dapat menghidupkan suasana siaran radio adalah efek suara. Menurut Triartanto (2010: 131-132) efek suara ialah segala suara ataupun bunyi yang direkam berdurasi pendek atau menyambung yang sengaja dibuat berdasarkan pengalaman dengar manusia, guna menimbulkan pengaruh tertentu bagi audiens pendengar radio tersebut. Efek suara juga dapat membantu para audiens pendengar radio agar mempunyi gambaran sebagai pengganti yang bersifat visual. Oleh karena itu, media radio ialah media yang buta, hanya bisa diterjemahkan melalui panca indra pendengaran.

Dari ulasan ketiga hal tersebut dapat diketahui bahwa peran masing-masing aspek tersebut adalah kekuatan yang harus diperhatikan bagi proses kreatif radio. Ketiga hal tersebut dapat membangun kemenarikan siaran yang dibuat oleh sebuah stasiun penyiaran. Meski hanya bersifat auditif, siaran radio dapat menghadirkan kesan dan pesan yang diimajinasikan oleh pendengar.

Dalam pada itu, strategi kreatif dalam radio bukan hanya menyangkut proses logika, seni pun turut andil dalam terjadinya proses kreatif tersebut. Kertamukti (2015:149) menyatakan strategi kreatif harus dibuat berdasarkan fakta, tujuannya agar dapat membentuk konten yang lebih kreatif sehingga mampu meraih pasar audience secara maksimal. Oleh karenanya, sebelum membuat konten kreatif perlu adanya perencanaan agar pengorganisasian, pengarahan, serta pengontrolan dapat dijalankan secara maksimal. Keunggulan adanya perencanaan dalam proses kreatif, yakni aktivitas akan teratur sebagaimana tujuan ke arah sasaran, selain itu dapat memberikan hasil yang optimal, serta memberikan landasan untuk evaluasi dan juga pengawasan. Menurut Wahyudi (1994:27), dalam proses siaran radio selalu melalui tahapan-tahapan yang disebut dengan proses produksi. Proses produksi terdiri dari Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.

Siaran radio yang tersaji dalam bentuk program, biasanya terdapat keteraturan yang berkesinambungan yang melingkupi waktu, durasi, komposisi, pemutaran musik, segmen acara serta susunan acara. Menurut Suprapto (2013: 13) secara umum program radio diperoleh dari empat sumber, yakni:

1. Jaringan antar stasiun atau me-relay dari stasiun penyiaran lain.
2. Rekaman atau menyewa dari rumah produksi.
3. Produksi sendiri.
4. Sindikasi program atau pertukaran program dengan pihak lain yang menjadi kongsinya.

Hal itu yang biasa pendengar rasakan ketika mendengar siaran radio. Program siaran tersebut tidak lepas dari pesan-pesan ataupun isi pernyataan, yang dikemas melalui tahapan perencanaan.

Dalam industri penyiaran, perencanaan juga merupakan aspek penting, karena siaran mempunyai dampak yang sangat kuat dan besar untuk audiens. Perencanaan dalam penyiaran menurut Triartanto (2010: 96) meliputi perencanaan produksi dan pembuatan materi siaran yang disusun menjadi acara rangkaian baik itu secara harian, mingguan, ataupun bulanan, selain itu ada pula perencanaan diadakannya saran aserta prasarana untuk menunjang proses siaran, dan juga perlu adanya perencanaan untuk masalah administrasi.

Mengenai perencanaan program siaran, seperti yang dikutip oleh Triartanto (2010:98) menurut Howard Gough melalui "*Planning Producing Presenting the Radio Programme"* membuat pedoman perencanaan program siaran menjadi empat,diantaranya:

1. *Placement*/penempatan ; spot yang tepat.
2. *Timing/*waktu ; durasi dalam setiap program yang telah terjadwal.
3. *Announcement/*penyiaran ; karakteristik penyiar dalam penyampaian konten.
4. *Publicity/*publisitas ; pengeksposan suatu program atau bentuk info promo lainnya.

> "Penyiaran sendiri merupakan sinonim dari kata *broadcasting* yang maknanya sebagai kegiatan penyebarluaskan siaran melalui sarana pemancar atau saran transmisi baik itu di darat, laut, ataupun udara dengan menggunakan sinyal radio yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel, maupun media lain yang dapat diterima secara bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran." (Bungin, 2007:27-28).

Bungin (2007:59-60) juga mengatakan untuk dapat mendirikan stasiun penyiaran, seorang individu ataupun sekelompok harus mempunyai surat izin (lisensi) yang merupakan hak dalam menjalankan usaha stasiun penyiaran. Di Indonesia sendiri surat izin biasanya berlaku selama lima tahun untuk stasiun siaran radio, yang dapat diperpanjang. Selain itu, Undang-Undang dalam penyiaran di Indonesia juga menegaskan, bahwa izin penyelenggaraan penyiaran dilarang dipindah tangankan kepada pihak lain.

Sebagaimana yang dikutip Prayudha (2006:9) menurut Bari dalam bukunya *"Tehnik dan Komunikasi Penyiar Televisi-Radio – MC sebagai Pengetahuan Praktis"* menyatakan bahwa penyiar adalah seseorang yang ditugaskan untuk menyebarkan (syiar) suatu informasi yang terjamin ketepatannya dengan menggunakan media radio, tujuannya agar diketahui, dilaksanakan, dituruti, serta dipahami oleh pendengarnya. Biasanya penyiar juga disebut sebagai juru bicara stasiun radio.

Seperti yang telah disinggung pada bagian sebelumnya di atas, dalam setiap pemrograman harus melibatkan elemen-elemen lain dalam perusahaan yang penting. Bagian pemrograman dan pemasaran bersifat saling melengkapi karena

kedua hal tersebut adalah satu kesatuan yang harus saling bertanggung jawab atas tugasnya.

Dengan adanya dasar tersebut berarti dalam setiap program kreatif memerlukan perencanaan yang matang agar suatu program kreatif dapat diterima di masyarakat sesuai klasifikasi sasarannya.

> "Perencanaan siaran secara umum melahirkan kebijakan umum tentang cara mengatur alokasi waktu dan materi siaran dalam sehari, seminggu, hingga setahun. Bagian program bertanggung jawab untuk mendapatkan program serta menentukan waktu atau jam penayangan program. Ia menambahkan bahwa pengelola program harus memahami dan mematuhi segala ketentuan peraturan yang berlaku dalam menjalankan tugasnya." (Morissan, 2005:113)

Suprapto (2013:5) juga menambahkan, terselenggaranya penyiaran tidak terlepas dari tiga unsur, yakni studio, transmiter, dan pesawat penerima. Ketiganya biasa disebut sebagai trilogi penyiaran,penggabungan dari ketiga unsur tersebut menghasilkan siaran yang dapat diterima oleh pesawat penerima radio.

Studio merupakan sistem yang turut andil dalam sebuah stasiun siaran, studio juga berfungsi sebagai penyedia program reguler yang bersifat *live event*, seperti program musik, *variety show*, berita news. Selain bersifat *live event* program radio juga bersifat *recording event*, yakni program acara yang direkam terlebih dahulu baik program drama maupun non drama (Suprapto, 2013:6).

Studio merupakan tempat produksi informasi dan menyiarkan, yakni mengubah ide dan gagasan menjadi sebuah pesan gambar ataupun suara yang mempunyai arti melalui sebuah proses mekanistik. Kemudian gambar atau sura tersebut dikirim melalui transmiter dan selanjutnya diterima oleh pesawat penerima *(media receiver)* guna dinikmati oleh audiens dalam dalam bentuk program acara. Pada umumnya, sistem studio terdiri dari berbagai unit sistem, seperti bagian audio (*mixer system)*, video sistem (*camera system)*, dan pencahayaan (*lighting system).* Studio juga biasanya dilengkapi dengan prasarana seni (*art)* sebagai unsur pendukung produksi.

Selain studio, transmiter juga berperan penting dalam proses penyiaran. Transmiter berfungsi untuk mengantarkan suara maupun gambar berupa gelombang elektromagnetik yang membawa muatan berisi informasiuntuk dipancarkan melalui kabel atau serat optik. Sistem pemancar (transmisi) dapat

dilakukan melalui sistem *terresterial* (pancaran di atas tanah) dan dapat juga melalui sistem satelit (menggunakan jasa satelit komunikasi) (Suprapto, 2013:7).

Selain kedua hal di atas, unsur terakhir dalam proses penyiaran radio adalah pesawat penerima, dimana alat tersebut berfungsi untuk mengubah gelombang eletromagnetik yang berisi muatan informasi menjadi sebuah pesan yang dapat dinikmati.

> "Pancaran gelombang elektromagnetik yang membawa muatan sinyal suara yang terbentuk melalui *microphone*, kemudian pancaran ini diterima oleh sistem antena untuk diteruskan ke pesawat penerima, dan sinyal suara tersebut diubah kembali menjadi suara (audio) di dalam *loundspeaker*. Proses tersebutlah yang menghasilkan siaran radio" (Suprapto, 2013:7).

F. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan penelitian

Metode penelitian merupakan aspek penting dalam sebuah penelitian ilmiah. Melalui metode penelitian, peneliti mencoba merancang tahapan-tahapan yang sistematik untuk mendalami objek kajian. Menurut Tanzeh dan Suyitno (2006:5) penelitian ilmiah merupakan usaha untuk menganalisa serta mengadakan konstruksi, secara metodologis, sistematis, dan konsisten. Dengan demikian, metode penelitian merupakan seperangkat cara yang sistematik, metodologis, dan konsisten untuk menguraikan dan menganalisis data objek kajian yang maknanya tidak mungkin dinyatakan langsung oleh objek tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berdasarkan pada pola pikir induktif, yakni didasarkan pada pengamatan objektif partisipatif terhadap fenomena sosial. (Tanzeh dan Suyitno, 2006:113). Ia juga menambahkan bahwa dalam penelitian kualitatif selalu bertitik tolak dari realitas karena tingkah laku manusia mempunyai makna bagi pelakunya dalam konteks tertentu.

Oleh karena itu, untuk mengumpulkan data akan dilakukan observasi, survei, interview, dan bahkan keterlibatan langsung peneliti. Selain itu, akan digunakan data sekunder berupa dokumentasi. Adapun teknik analisis datanya, peneliti menggunakan teknik analisis komparatif konstan. Teknik analisis komparatif konstan merupakan teknik analisis dengan cara membanding-bandingkan kejadian saat peneliti menganalisis secara terus-menerus sepanjang

penelitian berlangsung sehingga didapati komparasi fakta atau realitas yang benar-benar konstan (Tanzeh dan Suyitno, 2006:172).

2. Waktu dan Lokasi

Penelitian ini akan dilakukan selama enam bulan, mencangkup kegiatan pengajuan proposal, pengurusan perizinan serta survei langsung kepada objek yang diteliti guna untuk mencari serta mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini. Lokasi dua objek yang akan diteliti oleh peneliti berada di Jambi, yakni Radio Metro FM di Jl.Sumantri Brojonegoro no 74 Sipin Jambi, sedangkan untuk Radio Manggis FM bertepat di Jl.DR.Radjiman No 201 Kampung Manggis Kota Jambi.

3. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini yakni Radio Metro 101,9 FM dalam program siaran "Metro Qolbu" dan Radio Manggis 96,00 FM dalam program siaran "Ustadz Kita". Adapun dalam pencarian data, peneliti hanya mewawancarai pihak internalradio saja, yang meliputi : General Manager, Program Director, serta Penyiar.

4. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti membagi data ke dalam dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Peneliti akan mencari data primer dan data sekunder di dua siaran, yakni program siaran "Metro Qolbu" di Radio Metro FM dan program siaran "Ustadz Kita" di Radio Manggis FM. Data primer meliputi:

a. Pengamatan (observasi)

Menurut Endarmoko (2007:434), observasi diartikan sebagai monitoring, penelitian, pengamatan, riset. Menurut Tanzeh dan Suyitno (2006:140), kegiatan observasi meliputi merumuskan masalah (dirumuskan sesuai kejadian di lapangan), pemahaman mendetail mengenai permasalahan (untuk menemukan pertanyaan yang mendetail) yang akan digunakan sebagai strategi pengambilan data. Dengan demikian, observasi adalah pengamatan langsung terhadap objek kajian melalui keterlibatan peneliti secara langsung. Dalam sebuah observasi,

peneliti harus objektif dalam mencatat kejadian. Hal itu dilakukan guna menjaga validitas dan reliabilitas data yang dikumpulkan (*ibid*). Disini peneliti akan terjun langsung ke Radio Manggis FM dan Metro FM untuk mengetahui langsung bagaimana proses kreatif dilakukan.

b. Wawancara

Koentjaraningrat (dalam Bungin, 2007:100) membagi wawancara ke dalam dua jenis, yakni wawancara berencana dan wawancara tak berencana. Hal ini dilihat dari perbedaan perlu atau tidaknya lampiran daftar pertanyaan sebagai acuan untuk mewawancarai narasumber. Koentjaraningrat juga menambahkan, jika dilihat dari bentuk pertanyaaannya, wawancara dapat dibedakan menjadi wawancara tertutup dan wawancara terbuka. Perbedaannya dilihat dari jawaban yang dikehendaki narasumber apakah itu terbatas atau tidak.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara berencana yang bersifat terbuka, artinya peneliti perlu melampirkan daftar pertanyaan dan peneliti tidak membatasi jawaban yang berasal dari narasumber. Berikut para beberapa narasumber yang akan diwawancara oleh peneliti ;

1. General Manager yang bertugassebagai penanggung jawab terhadap keseluruhan program yang disiarkan oleh radio, membuat *planning* event bulanan untuk mempromosikan radio kepada target pasar, memimpin evaluasi bulanan, membuat laporan.
2. Program Director yang bertugas merencanakan tema mingguan, menentukan dan mem*followup* narasumber, mengontrol jalannya siaran, memberikan masukan terhadap program siaran, mengadakan evaluasi.
3. Penyiar yang bertugas menyampaikan materi siaran, mencari dan menentukan sumber materi, mem*followup* narasumber, dsb.

c. Dokumentasi

Data dokumentasi merupakan data non interaktif, biasanya berupa dokumen serta arsip (Tanzeh dan Suyitno, 2006:155). Menurut Sutopo (dalam Tanzeh dan Suyitno, 2006:156) dokumen resmi terbagi ke dalam dua jenis, yakni dokumen internal dan dokumen eksternal. Dokumen internal biasanya berupa laporan rapat, keputusan pemimpin, memo, atau aturan-aturan yang berlaku bagi mereka yang bekerja di perusahaan radio tersebut. Sedangkan dokumen eksternal biasanya

berupa majalah, buletin, pernyataan, dan berita-berita informasi yang disiarkan masyarakat melalui media massa. Dokumen eksternal ini biasanya dimanfaatkan untuk memahami konteks sosial, kepemimpinan, dan sebagainya. Arsip merupakan kumpulan catatan resmi yang bermafaat bagi penelitian asli.

Selain itu, terdapat pula data sekunder, yang bersifat mendukung data primer. Data sekunder ini penelitian ini berasal dari buku, jurnal, dan situs-situs website yang berhubungan dengan penelitian ini. Dalam hal ini peneliti mendokumentasikan foto-foto saat proses produksi, wawancara, dan rekaman hasil wawancara.

5. Analisis Data

Adapun teknik analisis datanya, peneliti menggunakan teknik analisis komparatif konstan. Teknik analisis komparatif konstan merupakan teknik analisis dengan cara membanding-bandingkan kejadian saat peneliti menganalisis secara terus-menerus sepanjang penelitian berlangsung sehingga didapati komparasi fakta atau realitas yang benar-benar konstan (Tanzeh dan Suyitno, 2006:172).

Untuk mencapai hal-hal tersebut, peneliti mengklasifikasi analisis data ke dalam beberapa bagian yakni sebagai berikut.

1. Tahap reduksi
    a. Merangkum data
    b. Membuat catatan objektif
    c. Menyimpan data
2. Tahap penyajian
    a. Membandingkan hasil temuan antara objek satu dengan lainnya.
    b. Memberikan hasil dari temuan data
3. Tahap kesimpulan dan verifikasi data