

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang hadir sejak lama dan telah dikenal di seluruh dunia. Radio, hingga saat ini, masih dipercaya sebagai media informasi, hiburan, pendidikan, dan interaksi sosial yang di minati masyarakat. Kekuatan radio begitu berpengaruh bagi komunikator yang hendak menyampaikan informasi kepada audiens. Selain itu, radio juga merupakan salah satu media yang menyampaikan pesan agar dapat diterima pendengar dimana saja. Radio begitu mudah didengarkan di mobil, rumah, *café*, serta di pegunungan sekalipun. Siaran dapat didengar selama 24 jam, baik dari pagi, siang, sore, maupun malam (Reza, 2021)

Radio saat ini berada ditengah-tengah pergeseran dari analog ke media daring. Kondisi radio saat ini memang sangat berbeda dengan era tahun 80-an yang menjadi puncak kejayaan radio. Minat masyarakat terhadap radio cenderung lebih rendah dari media televisi dan internet (Defhany, 2017). Dilansir dari Nielsen Radio Audience Measurement mencatat pendengar radio menempati angka 38%. Media baru membuat radio sedikit tertinggal, data menyatakan bahwa pengguna media baru mencapai angka 40%. Pada kuartal tiga dari 38% pendengar radio menunjukkan bahwa 57% berasal dari Generasi Z (usia 10-14 tahun) menghabiskan 13 jam dan Millenials (15-34 tahun) 38% menghabiskan 15 jam 30 menit setiap minggunya. Saat ini 4 dari 10 orang pendengar radio mendengarkan melalui perangkat mobile phone (Nielsen, 2016).

Berdasarkan data diatas, anak muda masih mendominasi peluang paling tinggi mendengarkan radio hanya saja perangkat yang digunakan saat ini berbeda, bukan radio konvensional namun mendengarkan radio daring melalui *mobile phone*. Peluang radio untuk meningkatkan audiens dengan menggunakan media sosial yang merupakan salah satu media baru sangat besar.

Bedasarkan riset awal peneliti dengan melakukan wawancara Direktur Rahmi Arifiana Dewi di Yogyakarta pada 26 Februari 2024, bahwa MQFM sebagai radio berbasis muslim dianggap terlalu *segmentend* di era media digital yang dimana rata-rata penggunanya merupakan generasi milenial. Hal ini yang menghambat radio MQFM jogja dalam menarik *audiens* mahasiswa ataupun anak muda. Melakukan konvergensi media dari siaran analog mulai merambah ke digital dengan tujuan untuk memperluas pasar. Dalam konvergensi yang dilakukan Radio MQFM Jogja merupakan lembaga penyiaran swasta dengan *positioning* awal sebagai radio keluarga muslim dan sejak 2012 menjadi inspirasi keluarga Indonesia. Menyiarakan program-program Islam yang indah/damai, Islam yang *rahmatan lil' alamin*, serta Islam yang membangun profesional muslim dan jiwa *entrepreneur* (dewi, wawancara, 2024). Konvergensi adalah proses integrasi berkelanjutan yang terjadi antara berbagai bagian media, termasuk teknologi, industri, konten, dan audiens. Secara sederhana, konvergensi ialah integrasi beberapa media konvensional dalam satu bentuk media digital (Nurrahmah, 2017). Radio MQFM Jogja telah menyadari betapa pentingnya peran media sosial dalam keberlangsungannya tiap program bagi pendengarnya. Melalui pengoptimalan media sosial seperti *Youtube* yang telah dilakukan oleh radio MQFM Jogja maka dari itu kapasitas serta kualitas informasi untuk program dunia anak yang diselenggarakan akan menjadi mudah untuk diterima dan diakses oleh pendengarnya (dewi, wawancara, 2024).

Radio juga turut dimanfaatkan oleh ahli dakwah untuk menyampaikan nilai-nilai Islam agar mampu membentuk kepribadian seorang muslim yang sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan hadis Rasulullah SAW. Peran siaran radio Islami sungguh penting dalam menyebarkan isi ajaran yang memang merupakan tanggung jawab umat Islam. (Reza, 2021)

Radio yang merupakan anak pertama dari dunia penyiaran memiliki beberapa hal yang menonjol dan menjadi pembeda dengan media massa lain. Salah satunya, radio memiliki jangkauan siaran yang luas, siaran radio

dapat menembus batasan geografis, demografis, bahkan Sara dan kelas sosial sekalipun. Serta dalam menyampaikan pesannya bisa dilakukan dengan cecepat dan efektif untuk sampai pada khalayak, dalam hal ini yaitu masyarakat luas yang berada di kota maupun desa. (Nabilla, 2023)

Penyiar bertindak sebagai komunikator atau juru bicara dalam stasiun radio. Kinerja baik penyiar akan turut berpengaruh pada pihak manajemen. Kedua pihak bisa saling bekerja sama dalam membuat standarisasi program siaran yang ada pada sebuah stasiun radio. Strategi ini menasar pada pesan yang diterima, didengarkan, atau di perhatikan oleh pihak yang disebut dengan audiens. Strategi promosi juga dibutuhkan untuk membuat program siaran dapat dikenal baik, menarik minat masyarakat, serta mendapatkan banyak pendengar. Program promosi dalam media radio bisa berbentuk upaya mengajak masyarakat untuk bertahan mengikuti program yang dibawakan penyiar selama waktu siaran. Ada pula penawaran pemasangan iklan untuk membeli waktu siaran yang di sediakan oleh pihak manajemen. (Reza, 2021)

Dalam perencanaan strategi komunikasi, peran penyiar, promosi, dan hambatan dalam radio sangat menentukan perkembangan sebuah stasiun radio. Hal tersebut kerap kali dialami oleh beberapa radio, khususnya Kota Yogyakarta. Pertumbuhan radio Kota Yogyakarta tergolong selektif sehingga perlu adanya strategi demi menjaga antusiasme masyarakat dalam mendengarkan siaran. Selain itu, radio di Kota Yogyakarta berusaha menawarkan banyak program yang menarik, seperti berita, lagu, kata, dan lain-lain. Hal ini merupakan upaya yang dilakukan stasiun radio untuk menarik minat pendengar melalui *Platfrom Youtube*, khususnya Radio MQFM Jogja (Reza, 2021)

Dikutip dari *mqradio.co*, Radio MQFM Jogja merupakan lembaga penyiaran swasta dengan *positioning* awal sebagai radio keluarga muslim (sejak 2012 menjadi Inspirasi Keluarga Indonesia) yang menyiarkan program-program islami kontemporer dengan tujuan untuk menampilkan Islam yang indah, damai, Islam yang *rahmatan lil' alamin*, dan juga



menampilkan Islam yang membangun profesionalitas muslim berjiwa *entrepreneurship*.

Radio MQFM Jogja menawarkan program-program berkualitas yang secara berimbang menampilkan sisi idealisme dengan sisi kontemporer perkembangan-perkembangan ajaran Islam yang terjadi sekarang, dengan tetap berpegang teguh pada ajaran Al-Qur'an dan Hadist dan terukur, disebabkan oleh tujuan radio MQFM dalam membentuk jiwa *entrepreneurship* dan profesionalitas masyarakat atau membentuk masyarakat Islam kosmopolitan yang melek ilmu di tengah perkembangan zaman yang terjadi. (mqradio.co)

Gambar 1.1  
Struktur Organisasi Perusahaan Radio MQFM Jogja



Sumber: Radio MQFM Jogja

Siaran Islami menjadi sebuah tayangan yang di sajikan oleh Radio MQFM Jogja, menurut Nuruddin, Sistem Komunikasi Indonesia, 2000 menyatakan tentu di perlukan media masa yang dimana media moderen, yang di antaranya adalah televisi, radio, *website*, Tiktok, Instagram, dan Youtube. Melihat komunikasi yang di kemukakan maka itu juga melibatkan khalayak yang tersebar, secara heterogen dan anonim dengan pesan serentak dalam sesaat. Dalam peneitian ini peneliti hanya menintik beratkan pada media Youtube. Youtube merupakan media audio visual yang dapat diakses dan ditonton oleh kahalayak bisa kapanpun dan di manapun berada, ini berkaitan dengan radio MQFM Jogja yang dimana ingin menuju ke

konvergensi media yang dimana *Youtube* ini berfungsi sebagai media siarannya berisikan informasi, ekspresi, komunikasi, Pendidikan, hiburan dan syiar Islam.

Mengutip dari politikindonesia.com, menurut psikologi anak dan keluarga, Vera Itabiliana Hadiwidjojo mengatakan bahwa ada efek positif yang didapatkan oleh anak dengan mendengarkan radio. Dikarenakan radio bisa menjadi teman anak dalam proses belajar serta radio mampu mengasah imajinasi anak lewat suara yang dihasilkan, dan menjadi sarana hiburan lewat musik sekaligus mampu memupuk kecerdasan linguistik seorang anak. Berdasarkan hasil survei Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2018 didapatkan data bahwa sekitar 25,45% penduduk desa dan kota yang berada di Indonesia dengan umur 5 tahun keatas mesih mendengarkan siaran radio. Sayangnya, dari banyak radio yang ada di Indonesia, hanya beberapa stasiun radio yang memiliki program dengan segmentasi anak, contohnya adalah Radio Anak Yogyakarta yang programnya memang ramah anak.

Gambar 1.2

Data Views Youtube Program Dunia Anak MQFM Jogja Tahun 2023



Sumber: Youtube MQFM Jogja, 24 Maret 2024

Sejauh penulis melakukan riset, dilihat dari data di atas bahwa total jumlah *views* pada program *Dunia Anak* 13,970 penonton dalam setahun.

Gambar 1.3

Data Views Youtube Program Bincang Kesehatan MQFM Jogja Tahun 2023



Sumber: Youtube MQFM Jogja, 24 Maret 2024

Berikut salah satu program MQFM yang dapat dibandingkan secara total jumlah *views* dimana program ini memiliki jumlah total *views* 2,632 penonton dalam setahun. Dari perbandingan dua program ini terlihat signifikan perbedaan jumlah *views* yang cukup jauh. Program Dunia Anak memiliki jumlah *views* 13,970 penonton sedangkan Program Bincang Kesehatan memiliki jumlah *views* 2,623 penonton.

Sejauh riset yang dilakukan oleh penulis, masih jarang ditentukan program radio yang dibelut dengan format islami dan ditunjukkan untuk anak. Kemudian, penulis menemukan Radio MQFM Jogja sebagai radio yang mampu tampil beda dalam menyajikan program siaran kepada pendengarnya yaitu menyajikan program siaran untuk anak bahkan sebagai wadah belajar untuk anak yang dibelut dengan nuansa islami. Penulis melihat program ini sebagai program yang unik dan seharusnya bisa dikembangkan dan dipertahankan eksistensinya untuk kemudian menjadi rujukan bagi radio lain. Program edukasi dengan format islami ini tentu dikemas secara ringan dan *fun* sehingga mudah diterima dan dicerna oleh anak-anak.

Pun dalam agama Islam diwajibkan bagi orang tua untuk mendidik anaknya dengan memberikan berbagai macam ilmu pengetahuan baik pengetahuan baik itu pendidikan sosial maupun intelektual. Seruan ini memiliki maksud agar seorang anak mampu tumbuh menjadi pribadi yang tidak lemah dalam segala aspek. Selain itu dimaksudkan agar keluarga tidak meninggal kan atau melantarkan seorang anak. (Nabilla, 2023)

Peneliti turut mengamati fenomena Radio MQFM Jogja di Kota Yogyakarta yang dimana masyarakat masih memerlukan informasi, Hiburan, dan khususnya keagamaan. Sulistyowati sebagai *Program Director* menyatakan bahwa umumnya, program siaran radio hiburan lebih banyak disajikan karena disukai pendengar. Maka tidaklah mudah bagi stasiun radio dengan format khusus untuk menyiarkan program keagamaan agar dapat diterima dengan baik oleh pendengar.

Berkaitan dengan Perencanaan Strategi komunikasi program Dunia Anak di *Youtube* MQFM, hal ini erat kaitannya dengan indikator perencanaan strategi komunikasi, seperti memberi tahu, motivasi, dan penyebaran informasi. Seperti Program Dunia Anak di radio MQFM Jogja sendiri sebagai wadah pendengar Sahabat Kecil MQ untuk bisa mempunyai wadah mengeksplorasi diri dan mengekspresikan diri mereka melalui program Dunia Anak yang dikemas secara langsung dalam bentuk edukasi dan hiburan untuk anak yang menampilkan kreatifitas anak-anak baik dalam islami maupun keterampilannya. Program ini mampu bertahan sejak tahun 2019 hingga sekarang. (mqradio.co)

Program acara Dunia Anak merupakan program anak-anak yang di hadirkan di MQFM Jogja, yang hadir setiap hari minggu (Ahad) mulai jam 6 pagi sampai jam 9 pagi. Segmentasi dari program ini adalah orang tua yang memiliki anak usia 5 tahun sampai 17 tahun. Dalam program Dunia Anak akan dibagi 3 segmen. Segmen pertama pukul 06.00-07.00 WIB adalah Taman Belajar Quran yang membawa konsep membaca Qur'an asyik bersama Sahabat Kecil MQ juga perbaikan bacaan tahsin bersama Badko DIY dan JSIT (Jaringan Sekolah Islam Terpadu) . Segmen kedua pukul 07.00-08.00 WIB adalah segmen Panggung Juara. Dalam segmen Panggung Juara ini akan menghadirkan anak-anak dari perwakilan TPA yang ada DIY dan Anak-anak SDIT yang ada di Jogjakarta untuk menampilkan bakat-bakat mereka, melalui dari bernyayi, mendongeng, hafalan doa atau pun surat-surat pendek, serta bakat-bakat lain. Segmen ketiga pukul 09.00-10.00 WIB akan menghadirkan salam silaturahmi Sahabat Kecil MQ. Dalam segment ini Sahabat Kecil MQ bisa berbagi salam silaturahmi secara *on air* dan *merequest* lagu-lagu kesayangan. (mqradio.co)



Gambar 1.4

Youtube Program Dunia Anak dan Program Tahsin Anak



Sumber: *Youtube* MQFM Jogja dan Radio Muslim Jogja, 24 Maret 2024

Jika dibandingkan pada program radio lain contohnya Radio Muslim Jogja program Tahsin Anak yaitu memiliki perbedaan dari segi pengemasan kontennya yang dimana tahsin anak hanya mempelajari tentang Al-quran saja seperti halnya belajar tajwid, sedang program Dunia Anak di *Youtube* MQFM memiliki beberapa segmen yaitu Taman Belajar Quran dan Pangung Juara yang kontennya di kemas dengan menampilkan minat bakat langsung dari anak-anak sesuai tema yang dibuat.

Keberhasilan sebuah siaran radio *live* di *Youtube* kerap terhalang oleh berbagai hambatan, salah satunya adalah teknis dalam produksi video saat siaran *live* di *Youtube*. Hambatan tersebut meliputi kurangnya tempat dan alat yang memadai untuk menghadirkan Sahabat Kecil MQ sekaligus dengan jumlah banyak dalam satu segmen, hal tersebut akhirnya membuat hasil video *live* di *Youtube* kurang maksimal. Oleh karena itu, ada baiknya bila pihak tim produksi mengantisipasi hambatan apa saja yang mengganggu jalannya sebuah siaran radio *live* di *Youtube*.

Dengan begitu, adapun alasan peneliti memilih program Dunia anak di *Youtube* MQFM adalah sebagai objek penelitian pada perencanaan strategi komunikasi. Pertama, memilih dan memanfaatkan *Youtube* sebagai sarana dakwah yang efisien dan untuk menyampaikan minat bakat anak dalam aspek ruang. Tentunya, pernyataan tersebut memberikan peluang besar terhadap para anak-anak yang mempunyai bakat untuk menyiarkan



keagamaannya atau menyampaikan bakatnya melalui media Youtube termasuk kanal *Youtube* MQFM Jogja di Program Dunia anak ini dengan memberikan konten keislaman. Kemudian yang ke dua, kanal *Youtube* MQFM ini konsisten terhadap siaran live program Dunia anak setiap hari minggu dari jam 6 sampai jam 9 pagi. Mereka memberikan konten islami untuk menyampaikan minat bakat anak-anak namun di selangi dengan candaan sehingga bisa menarik khalayak untuk melihat konten dakwah yang di sajikan. Ketiga, program Dunia Anak menjadi sarana orang tua untuk melihat anak-anaknya dalam mengembangkan minat bakatnya.

Dalam hal ini, tentunya dibutuhkan perencanaan strategi komunikasi yang tepat bagi program tersebut untuk menarik minat pendengar *Youtube* melalui program dunia anak di Radio MQFM Jogja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "Perencanaan Strategi Komunikasi Program Dunia Anak di *Youtube* MQFM" dengan menggunakan Teori Tahapan Perencanaan Strategi dari Hafied Cangara.

### **1.2 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat terarah dan tidak melebar maka peneliti membuat batasan masalah yang difokuskan pada: Peneliti (*research*), perencanaan (*plan*), pelaksanaan (*excute*), pengukuran/evaluasi (*measure*), dan pelaporan (*report*) strategi pada Program Dunia Anak.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Penelitian merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah melalui beberapa pertanyaan, yaitu bagaimana tahapan perencanaan strategi komunikasi program dunia anak di *Youtube* MQFM?

#### **1.4 Tujuan penelitian**

1. Untuk mendeskripsikan tahapan perencanaan strategi komunikasi program Dunia Anak di *Youtube* MQFM.
2. Untuk mendeskripsikan pendukung dan penghambat dalam melaksanakan perencanaan strategi pada program Dunia Anak.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat peneliti**

Adapun manfaat dalam peneliti ini dari segi akademis, dan segi praktis adalah sebagai berikut:

##### **a. Manfaat Akademis**

Dengan adanya peneliti ini semoga dapat memberikan kontribusi sebagai bahan informasi dan referensi untuk peneliti selanjutnya mengenai perencanaan strategi komunikasi program dunia anak MQFM di kampus Universitas Amikom Yogyakarta, jurusan Ilmu Komunikasi.

##### **b. Manfaat Praktis**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan menjadi penambah wawasan bagi yang membaca dan menjadi referensi untuk Studi program Komunikasi Penyiaran.

#### **1.6 Sistematika Bab**

Adapun sistematika penulisan skripsi sebagai kerangka dan pedoman untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada dalam skripsi ini, yaitu sebagai berikut:

##### **1. Bagian Awal Skripsi**

Bagian awal skripsi ini memuat halaman sampul, halaman judul, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian skripsi, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, dan halaman daftar lampiran.

## 2. Bagian Inti skripsi

Bagian inti skripsi terbagi atas bab dan sub bab yaitu sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membuat landasan teori perencanaan Hafied Cangara, peneliti terdahulu, media *Youtube*, dan kerangka berfikir.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini meliputi paradigma dan pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan rencana jadwal penelitian. latar belakang Program Dunia Anak, dan.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang profil objek peneliti seperti gambaran umum mengenai Radio MQFM Jogja, latar belakang berdirinya Radio MQFM Jogja struktur tim produksi, dan memuat hasil dari penelitian secara kualitatif dan pembahasan dari hasil yang telah diteliti.

### BAB V PENUTUP

Pada bab ini memuat kesimpulan serta saran di penelitian yang dilakukan. Kesimpulan dikemukakan menjelaskan hasil penyelesaian peneliti bersifat objektif. Untuk saran berisi jalan keluar untuk mengatasi masalah yang ada didalam penelitian

### 1.7 Bagian Akhir

Pada Bagian akhir skripsi memuat daftar pustaka, lampiran.