

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri penyiaran radio mengalami perkembangan sangat pesat waktu demi waktu, khususnya di Yogyakarta ini sudah banyak stasiun radio swasta yang berkembang. Masing-masing dari mereka melaksanakan segmentasi pendengarnya dan berusaha menyasar pendengar-pendengar tertentu. Industri penyiaran sudah meraih tahap yang amat kompetitif hingga memerlukan praktik manajerial bagus supaya berhasil menang dari kompetisi pada bidang media penyiaran. Pengelolaan media penyiaran termasuk kedalam proses peningkatan serta pengembangan aspek regulasi pengelolaan, program penyiaran, teknologi penyiaran, dan infrastruktur. Perkembangan khususnya penyiaran dan program dapat membantu serta memudahkan penduduk ketika mencari dan memperoleh informasi secara tepat, cepat dan juga akurat. Meskipun pada masanya, radio tidak dapat memenuhi kebutuhan visual masyarakat, radio masih merupakan media dimana tidak tergantung dari waktu ke waktu. Instrumen berinteraksi tersebut merupakan alat yang dapat dinikmati secara maksimal saat melaksanakan aktivitas (Nisa, 2018:1).

Radio merupakan media elektronik yang dapat didengar dan hanya bisa dikonsumsi oleh para pendengarnya. Cara lain untuk memahami radio adalah sebagai sejenis komunikasi gelombang elektromagnetik yang bergerak melintasi ruang angkasa dengan kecepatan cahaya. Meskipun pada frekuensi yang lebih rendah, radio menggunakan gelombang elektromagnetik yang sebanding dengan gelombang panas dan cahaya. Radio sebagai alat elektronik transmisi yang sering dianggap remeh sejak ditemukannya. Militer dan pemerintah lebih sering memanfaatkan penyiaran untuk menyebarkan informasi. Awalnya dikenal sebagai alat pengiriman komunikasi di tahun 1909, saat pesan yang dikirimkan mencegah sebuah kapal tenggelam dan menyelamatkan banyak nyawa (Morissan, 2018).

Merujuk Morissan (2011), media penyiaran adalah jenis media massa yang sangat efisien dalam menjangkau khalayak luas. Satu dari banyak definisi media

penyiaran adalah perusahaan atau lembaga yang mendistribusikan pengetahuan melalui barang budaya atau pesan lain yang memiliki kekuatan untuk membentuk dan mewakili budaya masyarakat. Merujuk Morissan (2008) dalam buku Manajemen Media Penyiaran yang dikutip dari Kompas.com, televisi serta radio adalah jenis media penyiaran yang mana radio hanya dapat didengarkan melalui suara, disisi lain televisi dapat menampilkan visual serta juga suara sehingga dapat dilihat dan didengar secara bersamaan. Pada Undang-Undang Dasar No. 32 tahun 2002 terkait penyiaran, pasal 1 ayat 13 yang berbunyi, "Sebagai sarana partisipasi masyarakat dalam industri penyiaran, Komisi Penyiaran Indonesia merupakan lembaga pemerintah otonom yang berkedudukan di daerah dan ibu kota. Kekuasaan dan tugasnya diatur dengan peraturan perundang-undangan". Dalam undang-undang tersebut, media penyiaran dibagi atas 2 kategori, yakni media radio serta TV. Dua kategori media penyiaran ini diwajibkan untuk melaksanakan siaran dengan merujuk pada asas UUD 1945 serta Pancasila, dimana bertujuan memberikan tanggung jawab, kebebasan, kemandirian, etika, kemitraan, keberagaman, keamanan, kepastian hukum, kesetaraan, keadilan, serta manfaat (Prajoko, 2020:42)

Pada penelitian yang dilaksanakan, berfokus pada radio yang merupakan satu dari banyak media penyiaran tersebut. Radio digunakan untuk menyebarkan berbagai pesan yang dibutuhkan masyarakat, seperti berita, edukasi, motivasi, musik dan program hiburan lainnya. Dalam dunia penyiaran (*broadcasting*) yang semakin kompetitif, manajemen wajib menyediakan program yang berbeda untuk melayani segmen audiens yang berbeda. Proses penyelenggaraan suatu siaran, mulai dari penyiapan bahan produksi hingga penyiaran sebenarnya hingga siaran tersebut sampai kepada pendengar di suatu tempat tertentu, disebut penyiaran (Djamil & Fachruddin, 2011:45).

Persaingan dengan stasiun radio nasional yang sudah cukup kuat dalam hal pendanaan, sumber daya manusia, peralatan, serta dampak sosial, ini merupakan permasalahan terbesar yang dihadapi stasiun radio lokal dalam pertarungan media massa saat ini (Nisa, 2018: 8). Disebabkan hal tersebut, untuk mempertahankan jumlah pendengarnya, stasiun-stasiun radio lokal wajib bekerja lebih keras dan

mampu bersaing ketat dengan stasiun-stasiun radio nasional, khususnya pada permasalahan program. Acara radio wajib disajikan dengan cara yang menarik perhatian pendengar serta menampilkannya kepada sebanyak mungkin individu. Divisi produksi wajib mengakui bahwa tiap-tiap keluaran siaran merupakan hasil kerja kelompok atau tim. Tiap-tiap individu yang berpartisipasi pada prosedur dan hasil memahami bahwa kolaborasi juga menghasilkan kinerja yang menarik.

Berdasarkan data Indonesia *Tourism and Creative Economic Outlook* pada tahun 2020/2021, industri penyiaran radio berkembang hingga 10,42% pada tahun 2020. Meskipun sektor ini pada akhirnya mengalami pukulan telak yang disebabkan oleh pandemi COVID-19, jumlah tersebut masih terdapat harapan bagi masa yang akan datang penyiaran di Indonesia. Namun, seiring berjalannya waktu setelah melewati masa-masa keemasan radio pada tahun 1980an, masyarakat mulai berpindah pada siaran visual dengan adanya TV. Diluar dari adanya internet, radio diperkirakan akan semakin ditinggalkan. Akan tetapi, prediksi tersebut belum sepenuhnya akurat karena merujuk hasil temuan dari Nielsen, mulai tahun 2014 pendengar radio mengalami kenaikan di generasi milenial serta generasi Z menyumbang 57% dari seluruh pendengar radio pada kuartal ketiga tahun 2016. Radio di Indonesia mempunyai potensi besar karena banyak orang dari kedua kelompok ini yang mendengarkannya. Alasannya adalah karena kedua kelompok usia ini dipandang sebagai masa depan radio. Bukti selanjutnya mendukung prediksi ini. Data ter-update dari *Nielsen Advertising Intelligence* (Ad Intel) dimana dilakukan perilisian oleh Nielsen Media Indonesia di tahun 2019 menunjukkan total belanja iklan siaran meraih 1,7 triliun rupiah. Pendengaran radio tradisional sebenarnya meningkat secara signifikan sebesar 4 juta selama pandemi. Wakil Direktur KG Radio *Network* mengatakan peningkatan itu disebabkan adanya pergeseran tindakan manusia selama pandemi. Terdapat 17 juta lebih banyak pendengar radio di wilayah Jakarta (Jabodetabek) dibandingkan sebelumnya yang hanya 13 juta. Dari hasil survei Nielsen tersebut dapat disimpulkan bahwa radio tetap menjadi media pilihan guna melaksanakan promosi. Keahlian melaksanakan adaptasi terhadap teknologi dijadikan kunci kelangsungan industri kreatif penyiaran di masa penggunaan internet seperti sekarang. Radio sudah menghadapi

berbagai hambatan diakibatkan berkembangnya media sosial dimana mengarahkan sebagian besar pengguna radio, utamanya pada kelompok anak muda. Perkembangan radio digital memaksa radio untuk mengeluarkan jumlah uang yang relatif besar untuk mengubah perangkatnya menjadi digital (Kemenparegraf/Baparegraf RI, 2021).

Pada kenyataannya masyarakat cenderung lebih suka mendengarkan ceramah melalui media massa (Alvionita, 2022:2). Hal ini disebabkan oleh tingginya tahap kesibukan sebgaiain besar individu di era informasi. Banyak individu dimana tidak memiliki waktu guna pergi kajian islami atau Majelis Taklim untuk mendengarkan ceramah. Disebabkan hal tersebut, berbagai jenis media memberikan alternatif yang memungkinkan mereka yang memiliki waktu terbatas untuk terus memperoleh ilmu agama. Satu dari banyak yang menjadi pilihan adalah radio, yang mempunyai dampak signifikan terhadap pendengarnya. Radio Memungkinkan seseorang mendengarkan dengan cara yang lebih pasif dibandingkan dengan membaca atau menonton yang memerlukan partisipasi aktif, seperti melihat dan mendengarkan secara bersamaan. Dalam konteks dakwah, radio memiliki berbagai keunggulan dan ciri khas yang menjadikannya sebagai media dakwah yang komersial dan efektif jika dikelola dengan baik. Secara sosial, radio juga memberikan pengaruh positif, karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dari berbagai kelas sosial, baik kelas atas, menengah, hingga kelas bawah. Selain itu dari segi ekonomi, dakwah melalui radio memiliki potensi pasar besar jika dikelola dengan baik dan profesional (Alvionita, 2022:2).

Dalam pandangan Islam, pernikahan merupakan sesuatu yang sakral dan luhur, serta dianggap sebagai ibadah kepada Allah. Hal ini mengikuti Sunnah Rasulullah yang dilaksanakan atas dasar keikhlasan, tanggung jawab dan kepatuhan terhadap hukum yang berlaku. Menurut Undang-Undang Dasar RI Nomor 1 tahun 1974 tentang Perkawinan Bab I pasal 1, perkawinan adalah ikatan lahir batin antara seorang pria dan wanita sebagai suami-istri dengan tujuan membentuk keluarga yang bahagia dan kekal berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa. Membentuk keluarga bahagia sesuai syariat Islam bukan hal yang mudah dan memerlukan persiapan menuju jenjang pernikahan (Ardiansyah, 2020). Pasangan yang baru

menikah sering menghadapi masalah dalam penyesuaian peran dan tugas, karena kebanyakan hanya menerima sedikit persiapan dalam keterampilan domestik, pengasuhan anak, manajemen keuangan (Hurlock, E. B. dalam Ardiansyah, 2020:3). Merujuk dari TribunJogja.com, angka pernikahan dini di daerah Yogyakarta pada tahun 2018 meningkat dengan 312 dispensasi pernikahan dini oleh pengadilan Agama Daerah Istimewa Yogyakarta naik dari 294 dispensasi pada tahun 2017, penyebabnya termasuk kehamilan di luar nikah, kemiskinan, dan budaya, kurangnya kesiapan sebelum menikah juga dapat memicu kekerasan terhadap anak (Ismiyanto, 2019).

Merujuk dari CNN Indonesia, Ketua Divisi Telaah dan Kajian KPAI Rita Pranawati mencatat hanya 27,9% ayah dan 36,6% ibu mencari informasi pengasuhan berkualitas sebelum menikah, ini menunjukkan bahwa persiapan pengetahuan orang tua masih jauh dari ideal. Oleh karena itu, masalah pernikahan sering kali disebabkan oleh kurangnya informasi dan edukasi dalam persiapan sebelum menikah. Pasangan yang hendak membina keluarga sesuai dengan ajaran Islam membutuhkan sumber informasi mengenai persiapan pernikahan. Diantara berbagai media massa, radio merupakan media yang banyak digunakan untuk mengakses informasi oleh masyarakat, karena radio merupakan sarana tercepat dalam penyampaian informasi.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) mempunyai berbagai stasiun radio, mulai dari stasiun swasta hingga stasiun radio komunitas dengan segmentasi yang berbeda-beda. Masing-masing dengan karakter dan format program yang berbeda. Seperti di Radio 92,3 MQFM Yogyakarta, stasiun radio yang menyiarkan segmentasi keluarga muslim Indonesia. Radio MQFM Yogyakarta adalah satu dari banyak perusahaan dimana beroperasi pada sektor penyiaran serta merupakan bagian dari badan usaha yang dimiliki oleh Universitas Amikom Yogyakarta (Alvionita, 2022:5). Radio MQFM yang meliputi 104,9 MQFM Subang, 104,5 MQFM Dabo Singkep, 92,3 MQFM Yogyakarta, serta 102.7 MQFM Bandung, merupakan radio dakwah dengan segmen dewasa dan memiliki tagline "Inspirasi Keluarga Indonesia". Radio MQFM ini hadir di tengah-tengah masyarakat untuk

menyajikan berbagai program penyejuk hati dan juga penuh hikmah (Sholihah, 2020:3).

Satu dari banyak program kajian Islami unggulan di Radio MQFM Jogja adalah “Inspirasi Keluarga (Pra nikah)”. Program “Inspirasi Keluarga (Pra nikah)” ini disiarkan tiap pekan di hari Rabu jam 10.00-11.30 WIB, dengan membagikan informasi dan atau pengetahuan terkait berbagai persiapan sebelum memastikan untuk melaksanakan pernikahan, pembahasan tentang pra nikah tersebut tentu saja berdasarkan syariat Islam dan mengikuti perkembangan zaman. Program “Inspirasi Keluarga (pra nikah)” mempunyai narasumber pasangan suami istri yang merupakan *professional* di bidang tersebut. Pemilihan tema pembahasan tiap pekannya menarik dan beragam. Program ini juga dapat didengarkan di *website* resmi MQFM Jogja dan *live streaming* secara *visual* di Youtube MQFM Jogja. Maka, dengan kehadiran program “Inspirasi Keluarga (pra nikah)” diharapkan dapat menjadi pionir dalam membentuk keluarga yang taat dan bahagia.

Agar program “Inspirasi Keluarga (pra nikah)” di Radio MQFM Jogja tidak kalah saing dengan program-program serupa di media lain, prinsip-prinsip manajemen penyiaran *professional* wajib diterapkan guna mengoperasikan berbagai aktivitas dimana kemudian manajer program akan merealisasikan tanggung jawab utama kepada bawahan dengan menjalankan fungsi manajemen. Adapun prinsip-prinsip manajemen dalam manajemen dasar merujuk Terry (dalam Wijaya, 2016), mengatakan dimana berbagai prinsip manajemen yakni: *Controlling* (Pengawasan), *Actuating* (Menggerakkan), *Organizing* (Pengorganisasian), serta *planning* (Perencanaan).

Dengan penerapan prinsip-prinsip manajemen yang *professional*, dapat dipastikan program-program yang ada di radio tersebut tidak akan ditinggalkan oleh pendengarnya. “Inspirasi Keluarga (pra nikah)” sebagai satu dari banyak program yang diproduksi sebagai siaran radio yang juga menyiarkan secara *visual* melalui *streaming* pada *platform Youtube*, sudah semestinya mempunyai proses pada pembuatannya. Maka dari itu, penulis memiliki ketertarikan agar bisa melaksanakan penelitian lebih komprehensif tentang bagaimana manajemen

penyiaran pada acara “Inspirasi Keluarga (Pra nikah)” pada Radio MQFM Yogyakarta.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka penulis menerapkan rumusan masalah penelitian, “Bagaimana Manajemen Penyiaran program Inspirasi Keluarga (pra nikah) pada Radio MQFM Yogyakarta?”

1.3. Batasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi rumusan masalah dan latar belakang yang sudah dijabarkan, adapun batasan penelitian meliputi:

- 1.3.1 Lingkungan penelitian dilakukan dalam lingkup Radio MQFM Yogyakarta
- 1.3.2 Analisis Manajemen penyiaran program “Inspirasi Keluarga (pra nikah)” pada Radio MQFM Yogyakarta

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami bagaimana manajemen penyiaran program “Inspirasi Keluarga (Pra nikah)” pada Radio MQFM Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian yang akan dilakukan, diharapkan dapat memberi berbagai manfaat. Berikut ini manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat praktis

Sebagai gambaran untuk para pembaca mengenai manajemen penyiaran pada radio MQFM Yogyakarta khususnya dalam program “Inspirasi Keluarga (Pra nikah)”, selain itu sebagai informasi dan atau bahan evaluasi bagi pembaca yang berkecimpung dalam dunia penyiaran.

1.5.2 Manfaat akademis

Diharapkan dapat memberikan pengembangan mengenai hal-hal baru yang berkaitan tentang manajemen penyiaran radio dan juga dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang komunikasi dan penyiaran.

1.6. Sistematika Bab

Berikut ini adalah sistematika penulisan untuk memudahkan penulis dalam menyusun penelitian ini:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian latar belakang dan rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika bab.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang uraian landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka konseptual.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi uraian mengenai paradigma dan pendekatan penelitian, metode penelitian, subjek objek dan waktu penelitian, teknik pengambilan data, teknik analisis data, serta teknik keabsahan data.

BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai deskripsi objek, temuan penelitian dan pembahasan tentang bagaimana manajemen penyiaran program Inspirasi Keluarga (Pra nikah) pada Radio MQFM Yogyakarta.

BAB 5: PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari penelitian yang menjelaskan kesimpulan dan saran dari penelitian ini dan penelitian selanjutnya.