

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Penyebaran atau penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, secara langsung maupun melalui media disebut dengan komunikasi. Kebutuhan informasi menjadi sangat begitu penting saat ini. Pesan yang tersampaikan dapat berupa informasi- informasi yang dibutuhkan oleh khalayaknya dan kebutuhan informasi dapat diperoleh dari mana saja serta dengan banyak cara. Dapat melalui komunikasi langsung, maupun komunikasi bermedia (Wiguna, 2019). Manusia dalam kesehariannya memerlukan informasi. Kebutuhan informasi dapat diperoleh dari mana saja serta dengan cara apa saja. Melalui komunikasi langsung maupun melalui media. Akhir- akhir ini cara mudah, cepat bahkan ringkas untuk mendapatkan informasi adalah melalui media massa, baik media cetak hingga media elektronik. Dan media massa merupakan bagian kajian dari komunikasi massa.

Perkembangan zaman semakin meningkat seiring meningkat dan berkembangnya teknologi serta informasi yang semakin pesat, artinya komunikasi massa saling berkaitan dengan media massa. Seperti televisi, radio, telepon, hingga internet (media online) adalah alat untuk menyampaikan pesan sehingga arus informasi akan lebih mudah dan cepat untuk ter-sampaikan, sehingga dapat menghilangkan batasan ruang dan waktu. Banyak sekali media massa bermunculan ke permukaan atas dasar memenuhi kebutuhan gaya hidup. Seperti banyak stasiun televisi swasta yang semakin banyak, media online yang juga semakin berkembang dengan pesat. Lalu, bagaimana dengan radio? Di tengah mendominasi-nya media massa yang lainnya semakin berkembang. Radio masih menjadi pilihan masyarakat untuk mendapatkan informasi dari berita yang disiarkan (*Hard News* dan *Soft News*), hingga hiburan seperti musik dan *talkshow*. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi. Sebab, sebagai media yang buta, radio men- stimulasi begitu banyak suara dan berupaya mem-visualisasikan suara penyiar atau pun informasi faktual melalui telinga pendengarnya (Masduki, 2001).

Di era modernisasi ini, eksistensi radio seperti digantikan dengan kehadiran media televisi dan media sosial, padahal radio sendiri merupakan salah satu media yang memiliki kemampuan untuk menjangkau khalayak luas dalam waktu yang

bersamaan. Saat mendengarkan radio, pendengar sembari mengerjakan aktivitas lainnya. Radio merupakan media audio yang berguna untuk memenuhi kebutuhan pendengar, baik akan informasi atau hanya sekadar hiburan (Amanda, 2020). Adapun persoalan yang dihadapi radio saat ini adalah bagaimana memanfaatkan semaksimal mungkin ketahanan yang dimiliki radio agar di setiap program yang disajikan memberikan manfaat, sesuai dengan fungsi radio sebagai media informatif atau sebagai media hiburan. perbedaannya akan terasa ketika muncul *new media*, request lagu melalui telepon seluler kini melalui jejaring interaktif, antara lain *facebook*, *youtube*, *twitter*, hingga *instagram* (Romli, 2016). Menurut (Holmes, 2005) mencirikan media baru tersebut dengan kekuatan interaktivitas, memberikan ruang bagi kebebasan individu (Adeni, Koroglu, and Hasanah, 2022). Berkaitan dengan hal tersebut (Nasrullah, 2020) memaparkan bahwa "Radio menggunakan internet untuk aktif di *website*, serta media sosial yang digunakan oleh khalayak sehingga arah komunikasi di antara khalayak dengan media massa saat ini terjalin secara *interaktif*, karena khalayak yang ada di media sosial merupakan khalayak yang aktif".

Serta terdapat kekhawatiran dari radio, yaitu hilangnya pendengar masih menjadi hambatan-nya. Melihat pengiklanan saat ini hanya tertarik mengiklankan produk atau jasanya kepada radio yang memiliki jumlah pendengar yang banyak. Di media selain radio, program acara yang dihadirkan media lainnya semakin berwarna dan tersaji hampir sepanjang hari. Berbeda dengan radio yang hanya mengudara atau menyiarkan dengan suara, selama kurang lebih 18 jam saja. Rangkaian acara yang menarik haruslah dipadukan ke dalam program yang meliputi waktu pagi, siang, sore, malam dan dini hari. Program tersebut merupakan suatu rangkaian yang dikemas dalam satu format. Setiap stasiun pada dasarnya harus mempunyai format yang jelas. Format setiap stasiun radio dapat menjadi ciri khas dari stasiun yang bersangkutan (Wibowo, 2012).

Sebuah riset dilakukan dari Wearesocial.com, menyatakan dalam satu dekade terakhir, radio bukan lagi menjadi "Favorit" orang untuk dinikmati. Walau konten-konten atau program radio mulai banyak beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi, namun tetap belum mampu mengembalikan kualitas serta kejayaan radio seperti dulu. Hal ini dapat dilihat dari data yang dirilis oleh Wearesocial.com, sebuah website global yang melakukan riset perilaku pengguna internet dari seluruh dunia. Dari data terbaru yang Wearesocial.com rilis pada Januari 2024, didapatkan data dan fakta. Dari total populasi Indonesia berjumlah 278,7 juta orang, terdapat 185,3 juta

diantaranya merupakan pengguna internet dan ada 139 juta orang adalah pengguna sosial media aktif. Data tersebut menunjukkan 66,48% dari total populasi Indonesia sebagai pengguna internet dan hampir 50% nya aktif sebagai pengguna media sosial. Dan masyarakat Indonesia pengguna ponsel untuk koneksi internet mencapai 126,76% koneksi.

Wearesocial.com juga merilis data statistik terkait pengguna media, waktu yang dipakai, serta konten apa saja yang paling sering di konsumsi pengguna. Per-Januari 2023 hingga Desember 2023, berdasarkan pengguna dengan rentang usia 16-64 tahun didapat fakta bahwa 97,8% orang Indonesia aktif sebagai pengguna media sosial, sementara yang mengakses internet menggunakan ponsel 96,2%. Data selanjutnya menunjukkan 84,6% orang Indonesia masih menonton televisi, lalu 84,1% menggunakan pc/laptop/tablet untuk mengakses internet. Kemudian 71% pengguna mendengarkan layanan musik streaming, terdapat 70,7% membaca konten media online dan 65,8% orang menonton tv. Ada 65,9% orang mendengarkan podcast, serta 54,7% membaca surat kabar cetak. Dan urutan bawah ada 51,1% orang masih mendengarkan radio. (Wearesocial.com, 2024)

Peneliti melakukan penelitian pada salah satu stasiun radio, yaitu Radio MQFM Jogja yang berada di bawah naungan Universitas Amikom Yogyakarta dan salah satu radio yang didirikan oleh KH Abdullah Gymnastiar pada tanggal 1 Februari 2006 dengan *tag line* "Inspirasi Keluarga Indonesia" dan memiliki semangat perusahaan dengan menjadi media perubahan diri, keluarga dan masyarakat menuju akhlak yang mulia melalui inspirasi- inspirasi dan motivasi yang memaknai hidup. Radio MQFM Jogja merupakan radio berjaringan dengan radio MQFM Bandung, MQFM Subang, MQFM Solo dan MQFM Dabo Singkep, yang memiliki Visi dan Misi sebagai media perubahan diri, keluarga dan masyarakat menuju akhlak mulia dan memiliki misi memberikan inspirasi dan motivasi untuk memaknai hidup dengan memberikan inspirasi dan tentunya motivasi sebagai penanaman nilai- nilai islam dalam kehidupan. MQFM Jogja sebagai media yang mengedepankan program-program acara yang mendidik, informatif, hiburan yang kreatif, inovatif serta berkualitas untuk keluarga, sehingga tutur berkontribusi men- sejahterakan sekaligus mencerdaskan kehidupan bangsa untuk Indonesia yang lebih baik. MQFM Jogja juga memiliki *Positioning* yang jelas, yaitu selalu menghasilkan acara- acara yang menjadi rujukan untuk membangun keluarga yang lebih berkualitas. Program acara di MQFM Jogja di produksi sendiri dan ditayangkan secara live, baik di *on air* ataupun *on line*,

sehingga kualitas dan ragam tayangan dapat terjaga dan disesuaikan dengan selera dan segment pendengar MQFM Jogja. Sebagai stasiun radio yang *concern* dalam dakwah Islam yang *Rahmatan Lil 'Alamin*, MQFM Jogja selalu berkomitmen menyuguhkan acara- acara yang berkualitas, mulai dari acara *talkshow*, kajian, berita dan hiburan.

Sejak tahun 2006, MQFM Jogja senantiasa konsisten sebagai media perubahan dalam menuju kebaikan. Selalu hadir dengan pendengar yang terdiri dari Muslim hijrah yang ingin hadir dalam kehidupan yang lebih baik, keluarga Muslim yang ingin meraih keluarga yang Sakinah, Mawaddah, Warrahmah yang berdasarkan Al- Qur'an dan Al- Hadits, Muslim yang sudah paham Islam. MQFM Jogja selalu hadir sebagai media yang memiliki Visi menjadi media perubahan diri, keluarga dan masyarakat menuju akhlak mulia, serta Misi nya adalah memberikan inspirasi dan motivasi untuk memaknai hidup dengan memberikan yang terbaik, memberikan inspirasi dan motivasi penanaman nilai- nilai dalam kehidupan.

Terdapat produk- produk program yang dihasilkan oleh MQFM Jogja dapat di kategorikan menjadi *on air* dan *on line*. Program MQFM Jogja meliputi MQ Pagi, Inspirasi Pagi, Inspirasi Niaga, Inspirasi Keluarga, Inspirasi Siang, Inspirasi Sore, Mari Mengaji, Inspirasi Malam, Rehat Malam, Ma'rifatullah, Dunia Anak, Literasi, Inspirasi Muslimah, Program Khusus dan Program Berita.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil program Inspirasi Siang untuk melihat tingkat kepuasan pendengar radio MQFM Jogja terhadap program tersebut. Program Inspirasi Siang merupakan program yang hadir menemani Sahabat MQ dalam rehat siang. Dalam program Inspirasi Siang menghadirkan tema- tema serta tips- tips ringan yang dibutuhkan oleh pendengar dalam bersantai dan juga disertai dengan alunan- alunan nasyid *postif* dan musik *postif* yang *ter- update*, 3 nasyid pilihan hingga salam Silaturrahmi nya. Program Inspirasi Siang hadir setiap hari Senin hingga dengan hari Sabtu, dari pukul 13.00 WIB hingga menjelang adzan Ashar dengan pendengar muda MQFM Jogja. Untuk dapat bergabung atau mengirimkan atensi-nya berupa *me- request* kan nasyid, memilihkan 3 nasyid pilihan dan mengirimkan salam Silaturrahmi nya pada program Inspirasi Siang dapat dikirimkan melalui nomor *Whatsapp* dan media sosial MQFM Jogja.

Tabel 1.1 Survey November 2023

Program Musik yang Memuaskan			
No	Program	Frequency	Percent
1	Inspirasi Siang	45	47,40%
2	Rehat Malam	36	37,90%
3	Sapa Pagi	14	14,70%
Total		95	100%

Sumber: Hasil survey November 2023

Berangkat dari peneliti ingin mengetahui bagaimana dampak dan kepuasan pendengar setelah mendengarkan salah satu program MQFM Jogja, yaitu Inspirasi Siang yang dimana terdapat komponen dalam siaran Inspirasi Siang tersebut, yaitu Musik Positif, Informasi (*Feature*), dan kecakapan penyiar dalam membawakan program. Atas dasar tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan judul Survei Tingkat Kepuasan Pendengar Terhadap Program Inspirasi Siang Radio MQFM Jogja. Dengan harapan mengetahui dan dapat memberikan kontribusi untuk Radio MQFM Jogja.

## 1.2 Rumusan Masalah

Seberapa tinggi tingkat kepuasan pendengar pada program siaran Inspirasi Siang radio MQFM Jogja?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh pendengar terhadap program Inspirasi Siang Radio MQFM Jogja. Apakah setelah mendengarkan program Inspirasi siang memberikan dampak yang *positif* dan mendapatkan informasi serta hiburan dari tema atau tips dan nasyid yang disampaikan oleh penyiar.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Akademis

1. Menambah wawasan bagi penulis dan pembaca dalam bidang penyiaran radio dan komunikasi.
2. Memberikan referensi bagi mahasiswa yang berminat dalam bidang penyiaran radio (*Broadcasting*).

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan atau berkontribusi sebagai masukan bagi radio MQFM Jogja terkait program Inspirasi Siang.
2. Perusahaan dapat lebih mengembangkan program Inspirasi Siang dari beberapa faktor yang dapat di analisis.

#### 1.5 Sistematika Bab

Untuk memudahkan pembatasan skripsi ini, secara sistematis penulisannya dibagi ke dalam:

- BAB I : Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Bab.
- BAB II : Penelitian Terdahulu, Landasan Konseptual, Hipotesa, Penelitian, Kerangka Pemikiran.
- BAB III : Paradigma Penelitian, Pendekatan Penelitian, Metode Penelitian, Waktu dan Lokasi Penelitian, Populasi dan Sample, Teknik Pengambilan Data dan Teknik Sample, Definisi Operasional, Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.
- BAB IV : Profil Radio MQFM Jogja, Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, Hasil Penelitian, Pembahasan
- BAB V : Kesimpulan, Saran Penelitian.