

**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO AL-FATIH DALAM MENARIK  
MINAT PENDENGAR (STUDI PADA RADIO 107.3 FM)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh  
**VINI REZA**  
NIM: 0101172073

**Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA**

**2021**

**STRATEGI KOMUNIKASI RADIO AL-FATIH DALAM MENARIK  
MINAT PENDENGAR (STUDI PADA RADIO 107.3 FM)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh

**VINI REZA**  
**NIM: 0101172073**

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

**Pembimbing I**



**Prof. Dr. Lahmuddin, M.Ed.**  
**NIP: 19620411 198902 1 002**

**Pembimbing II**



**Dr. Nurhanifah, M.A.**  
**NIP: 19750722 200604 2 001**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SUMATERA UTARA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vini Reza

NIM : 0101172073

Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Radio Al-Fatih dalam Menarik Minat

Pendengar (Studi Pada Radio 107.3 FM)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dari ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh Institut batal saya terima.

Medan, 8 Desember 2021

Yang Membuat pernyataan

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METRAI', and '5A545AJX017204546'.

Vini Reza

NIM: 0101172073



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Williem Iskandar Pasar V, Telp. 061-6615683-6622925  
Fax. 061-6615683 Medan Estate 20371**

Skripsi yang berjudul : **Strategi Komunikasi Radio Al-Fatih Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Pada Radio 107.3 FM)** An. Vini Reza, NIM : 0101172073, yang telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah pada tanggal 30 Desember 2021, dan diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.

**Panitia Ujian Munaqasyah  
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN SU Medan**

**Ketua**

**Dr. Irma Yusriani Simamora, MA.  
NIP: 197512042009012002**

**Sekretaris**

**Dr. Fatma Yulia, MA.  
NIP: 197607212005012003**

**Anggota Penguji**

1. **Dra. Mutiawati, MA**  
NIP: 196911081994032003
2. **Andini Nur Bahri, M.Kom.I**  
NIP: 198706132018012001
3. **Prof. Dr. Lahmuddin, M.Ed**  
NIP: 196204111989021002
4. **Dr. Nurhanifah, MA**  
NIP: 197507222006042001

**Mengetahui  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN SU Medan**

**Prof. Dr. Lahmudin Lubis, M.Ed.  
NIP: 196204111989021002**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jalan William Iskandar Pasar V Medan Estate 20371  
Telepon (061) 6615683-6622925 Faksimil (061) 6615683  
www.fdk.uinsu.ac.id

---

**SURAT PENANDATANGANAN PENJILIDAN SKRIPSI**

Setelah memperhatikan dengan seksama skripsi an. Saudara/i :

**Nama** : Vini Reza  
**NIM** : 0101172073  
**Jurusan** : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
**Judul** : Strategi Komunikasi Radio Al-Fatih Dalam Menarik Minat Pendengar  
(Studi Pada Radio 107.3 FM)

Anggota Penguji

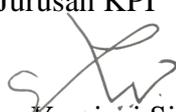
Tanda Tangan

1. **Dra, Mutiawati, MA**  
NIP. 196911081994032003
2. **Andini Nur Bahri, M.Kom.I**  
NIP. 198706132018012001
3. **Prof. Dr. Lahmuddin, M.Ed**  
NIP. 196204111989021002
4. **Dr. Nurhanifah, MA**  
NIP. 197507222006042001

.....  
.....  
.....  
.....

Dengan ini dinyatakan dapat ditandatangani Dosen Penguji dan dijilid.

Medan,  
An. Dekan  
Ketua Jurusan KPI

  
Dr. Irma Yusriani Simamora, MA  
NIP. 197512 04 200901 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jalan William Iskandar Pasar V Medan Estate 20371  
Telepon (061) 6615683-6622925 Faksimil (061) 6615683  
[www.fdk.uinsu.ac.id](http://www.fdk.uinsu.ac.id)

**LEMBAR PERBAIKAN UJIAN MUNAQASYAH KPI**

NAMA/NIM : VINI REZA / 0101172073

JUDUL SKRIPSI : STRATEGI KOMUNIKASI RADIO AL-FATIH DALAM MENARIK

MINAT PENDENGAR (STUDI PADA RADIO 107.3 FM)

HARI/TANGGAL : 30 DESEMBER 2021

NO	DOSEN PENGUJI	BIDANG	CATATAN PENGUJI	TANDA TANGAN DOSEN
1	Dra, Mutiawati, MA	ISI	1. Daftar isi 2. Landasan teori langsung pengertian strategi komunikasi 3. Informan penelitian dibuat tabel	
2	Andini Nur Bahri, M.Kom.I	TEKNIK	Tambahkan tabel informan penelitian.	
3	Prof. Dr. Lahmuddin, M.Ed	ILMU AGAMA	Perbaiki latar belakang masalah.	
4	Dr. Nurhanifah, MA	ILMU DAKWAH	Perubahan teori	

Sekretaris Munaqasyah KPI

Dr. Fatma Yulia, MA  
NIP 197607212005012003

**Vini Reza.** “Strategi Komunikasi Radio Al-Fatih Dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Pada Radio 1-7.3 FM)”

Skripsi, Medan : Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan (2021)

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi dan promosi serta hambatan Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengarnya. Pemilihan Radio Al-Fatih sebagai objek penelitian didasarkan terhadap pertumbuhan dan fenomena pendengar radio di Kota Medan yang membutuhkan informasi, hiburan, dan program keagamaan. Radio Al-Fatih berada dihadapkan dengan berbagai radio lainnya di Kota Medan yang berusaha menawarkan banyak program menarik. Hal tersebut yang menjadi alasan penelitian ini berfokus terhadap strategi komunikasi Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengarnya melalui berbagai persaingan jumlah stasiun radio yang makin meningkat di Kota Medan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dengan model *field research*, yaitu melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan gambaran fakta yang terjadi di lapangan. Penelitian ini menerapkan teori yang dikemukakan oleh Liliweri, yaitu lima indikator strategi komunikasi, seperti memberi tahu, motivasi, mendidik, penyebaran informasi, dan mendukung pembuatan keputusan.

Temuan penelitian ini menunjukkan beberapa hasil, yaitu (1) Radio Al-Fatih berupaya memahami pendengarnya melalui pengenalan jenis pendengar, penyusunan kalimat terkait tema dan materi program siaran, serta penentuan metode pelaksanaan; (2) Radio Al-Fatih mengembangkan *value brand* melalui program yang berkualitas dan selektif dalam memilih narasumber/pengisi program; (3) Radio Al-Fatih mempertimbangkan daya tarik pendengarnya untuk memaksimalkan keuntungan melalui penyiar yang andal, perluasan jangkauan frekuensi, dan pengoptimalan media sosial; serta (4) Radio Al-Fatih memperhatikan kontrol arus pendengarnya, metode efektivitas produksi, serta pengawasan dan evaluasi program. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi Fatih berkaitan dengan perencanaan, taktik, dan rumusan yang akan digunakan untuk mencapai tujuannya. Oleh karena itu, strategi tersebut dapat dijalankan untuk menentukan target yang diinginkan serta memperinci masalah atau kondisi yang sedang dihadapi Radio Al-Fatih.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Radio Al-Fatih, dan Minat Pendengar.

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum warahmatullahi Wabarakaatuh.

Segala puji dan syukur dipanjatkan hanya pada Allah, Tuhan semesta alam. Semoga keselamatan senantiasa berikan pada Nabi Muhammad saw., dan orang yang senantiasa mengikuti ajaran yang dibawanya. Atas segala yang Allah berikan akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini. Sungguh benar perkataan Allah atas kehidupan manusia Allah akan memberikan kemudahan bagi hamba yang menuntut ilmu. Terima kasih kepada Allah Swt., yang telah berikan beribu-ribu nikmat sehingga proposal ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, syukur Alhamdulillah kesulitan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini mampu peneliti lewat dengan penuh keyakinan serta kerja keras. Peneliti tetap semangat dan terus berusaha dengan kemampuan yang Allah berikan. Demikian pula dukungan yang peneliti rasakan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Rektor UIN SU, Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, M.A., beserta para wakil rektor dan para stafnya.
2. Kepada Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SU serta Pembimbing I, Bapak Prof. Dr. Lahmuddin, M.Ed., yang telah banyak membantu dan memberikan arahan bimbingan serta motivasi kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
3. Kepada Ketua Jurusan KPI, Ibu Irma Yusriani Simamora, M.A.
4. Teristimewa kepada kedua orang tua peneliti yang amat sangat peneliti cintai dan sayangi, dengan cinta kasih sayangnya yang selalu mengingatkan peneliti untuk tidak lupa mengerjakan skripsi serta telah memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini.

5. Kepada Pembimbing II, Ibu Dr. Nurhanifah, M.A., yang telah banyak membantu dan memberikan arahan bimbingan serta motivasi kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada teman-teman yang tak bisa peneliti sebutkan satu-satu selalu mendukung dan membantu peneliti hingga proposal skripsinya dapat terselesaikan.

Penulis sangat menyadari betapa banyak kekurangan dalam penulisan proposal skripsi ini dan penulis mengharapkan masukan dari semua pihak untuk dapat meningkatkan keterampilan dalam menulis, akhir kata, semoga proposal ini bermanfaat bagi pembaca.

Medan, 8 Desember 2021

Penulis

Vini Reza  
NIM: 0101172073

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Istilah.....	7
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Kegunaan Penelitian .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
A. Teori <i>Stimulus Response</i> (SR) .....	10
B. Pengertian Strategi Komunikasi .....	14
C. Manfaat Strategi.....	18
D. Model Strategi.....	19
E. Menetapkan Rumusan Strategi .....	19
F. Fungsi Strategi Konunikasi.....	20
G. Macam-macam Strategi Komunikasi.....	21
H. Pengenalan Massa adalah Langkah Awal Bagi Komunikator dalam Upaya Berkomunikasi yang Efektif .....	22
I. Unsur-unsur Komunikasi .....	24
J. Media Massa .....	26
K. Strategi Penyiaran .....	32
L. Promosi .....	37
M. Minat Pendengar .....	40
N. Hambatan .....	43
O. Penelitian yang Relevan.....	46

P. Kerangka Berpikir.....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
A. Jenis Penelitian .....	50
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	51
C. Fokus Penelitian.....	51
D. Sumber Data .....	51
E. Teknik Pengumpulan Data .....	53
F. Analisis Data .....	54
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
A. Strategi Komunikasi dan Promosi Radio Al-Fatih dalam Menarik Minat Pendengar.....	56
1. Gambaran Umum Radio Al-Fatih.....	56
2. Strategi Komunikasi Radio Al-Fatih .....	59
3. Memberi Tahu atau Penyebaran Informasi.....	62
4. Motivasi dan Mendidik.....	68
5. Pembuatan Keputusan dan Ragam Program di Radio Al-Fatih .....	69
6. Strategi Radio Al-Fatih dalam Menarik Minat Pendengar .....	76
7. Aktivitas Promosi Radio Al-Fatih .....	88
B. Hambatan yang Dihadapi Radio Al-Fatih dalam Menarik Minat Pendengar.....	92
1. Hambatan Radio Al-Fatih.....	92
<b>BAB V</b>	
KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
DAFTAR PUSTAKA .....	99
LAMPIRAN.....	102

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan zaman turut meningkatkan persaingan stasiun radio di Indonesia dalam menarik perhatian audiensi. Pertambahan jumlah stasiun membuat pengelola mencari cara tepat untuk menarik sasaran audiensi. Tiap program yang diproduksi harus mengarah terhadap kebutuhan audiensi yang menjadi target stasiun radio. Pihak pengelola radio membutuhkan strategi khusus yang dipersiapkan untuk bersaing dalam mencapai kebutuhan dan meraih audiensi.

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 diminati masyarakat.<sup>1</sup> Kekuatan radio begitu berpengaruh bagi komunikator yang hendak menyampaikan informasi kepada audiensi. Selain itu, radio juga merupakan salah satu media yang menyampaikan pesan agar dapat diterima pendengar di mana saja. Radio begitu mudah didengarkan di mobil, rumah, *cafe*, serta di pegunungan sekalipun. Siarannya dapat didengar selama 24 jam, baik dari pagi, siang, sore, maupun malam.

Radio memiliki peran komunikasi penting dalam teknologi telekomunikasi, yaitu untuk menginformasikan segala sesuatu, seperti kejadian/peristiwa, ekonomi, budaya, pemerintah, dan hiburan. Selain itu, radio berperan sebagai media edukasi

---

<sup>1</sup>Masduki, *Jurnalistik Radio*. (Yogyakarta: LkiS, 2006), hlm. 2.

agar masyarakat dapat memahami berbagai informasi yang telah disaring radio sebelumnya. Kelebihan lainnya ialah radio sebagai media imajinasi yang mampu memvisualisasikan suara penyiar kepada pendengarnya.<sup>2</sup> Radio 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.<sup>3</sup>

Penyiar juga berperan penting dalam keberhasilan sebuah stasiun radio. Dengan bakat dan kreativitas yang dimiliki, penyiar atau komunikator harus bisa menghidupkan eksistensi radio bagi para audiensi. Hal ini nantinya bisa memengaruhi *rating* dan citra stasiun radio. Kemampuan penyiar dalam penyampaian pesan secara baik dan efektif akan menarik minat pendengar sehingga menguntungkan stasiun yang menyiarkan program acara tersebut. Sebuah strategi komunikasi dipengaruhi kemampuan seorang penyiar dalam melakukan kegiatan komunikasi secara efektif. Ketiadaan strategi komunikasi bukan berarti merupakan hal yang negatif. Akan tetapi, strategi komunikasi dibutuhkan untuk dapat mengembangkan minat pendengarnya. Kontribusi penyiar dalam menyajikan informasi atau membawakan program di radio atau televisi juga perlu dipadukan dengan audio dan visual agar bisa menciptakan acara yang interaktif.

Penyiar bertindak sebagai komunikator atau juru bicara dalam stasiun radio. Kinerja baik penyiar akan turut berpengaruh pada pihak manajemen. Kedua pihak

---

<sup>2</sup>Masduki, *Jurnalistik Radio*. (Yogyakarta: LkiS, 2001), hlm. 12.

<sup>3</sup>Ghassani Sabilah, Neisyah. *Strategi Komunikasi Radio Fajri 993 FM Bogor dalam Mempertahankan Citra Radio Dakwah*, 2020. Jurnal

bisa saling bekerja sama dalam membuat standarisasi program siaran yang ada pada sebuah stasiun radio. Strategi ini menyoal pada pesan yang diterima, didengarkan, atau diperhatikan oleh pihak yang disebut dengan audiensi. 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 disediakan oleh pihak manajemen.<sup>4</sup>

Keberhasilan sebuah radio kerap terhalang oleh berbagai hambatan. Salah satunya adalah karakter pendengar yang memiliki kebiasaan meremehkan sesuatu, salah penafsiran, atau ketidakmampuan untuk mengingat jelas apa yang disampaikan dari penyiar. Komunikasi radio biasanya merupakan pengiriman dan penerimaan pesan atau berita di antara dua orang atau lebih dengan cara tepat, sehingga pesan yang disampaikan mudah dipahami. Ada pula program penyiaran yang berperan sebagai media pertukaran audio, lagu, suara, penyiar dan lain-lain. Hal ini bisa menghasilkan program berkualitas yang dapat mempertahankan minat pendengar. Promosi program juga mampu memengaruhi ketertarikan audiensi untuk mendengarkan siaran radio. Oleh karena itu, ada baiknya bila pihak pengelola radio mengantisipasi hambatan apa saja yang mengganggu strategi komunikasi yang direncanakan.

---

<sup>4</sup>Anisatus Zahroh, *Strategi Komunikasi Radio Karimata FM Pamekasan dalam Meningkatkan Minat Pemasangan Iklan*, 2020. Jurnal

Dalam strategi komunikasi, peran penyiar, promosi, dan hambatan dalam radio sangat menentukan perkembangan sebuah stasiun radio. Hal tersebut kerap kali dialami oleh beberapa radio di Sumatera Utara, khususnya Kota Medan. Pertumbuhan radio di Kota Medan tergolong selektif sehingga perlu adanya strategi demi menjaga antusiasme masyarakat dalam mendengarkan siaran. Selain itu, radio di Kota Medan 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, khususnya Radio Al-Fatih.<sup>5</sup>

Radio Al-Fatih merupakan stasiun radio swasta dan telah mendapatkan izin dari Komisi Penyiaran Indonesia daerah Kota Medan. Radio Al-Fatih telah berdiri sejak September pada tahun 2018 lalu. Dalam perkembangannya, Radio Al-Fatih telah mengalami perubahan nama dan bentuk dengan berbagai bentuk kepengurusan yang berbeda-beda, tetapi masih dalam satu perusahaan yang sama. Selain itu, Radio Al-Fatih tercatat sebanyak tiga kali dalam perubahan nama. Oleh karena itu, Radio Al-Fatih memiliki visi, yaitu menjadikan Radio Al-Fatih sebagai radio dakwah nomor satu di Kota Medan, khususnya di Sumatera Utara; dan misinya, yaitu pengembangan dakwah secara berkelanjutan melalui penyajian tausiah dan hadis yang berkualitas.

Radio Al-Fatih memiliki rencana untuk mengubah status radio, dari yang tadinya merupakan radio komunitas menjadi radio komersial. Akan tetapi, Radio Al-Fatih masih menawarkan landasan dakwah dalam tiap programnya guna menarik minat pendengar. Radio Al-Fatih juga berusaha untuk mampu berdiri

---

<sup>5</sup>Yulia Wanda. *Andai Aku Jadi Penyiar*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm. 5.

sendiri tanpa campur tangan donatur agar bisa memperoleh audiensi yang tepat sasaran. Dalam hal ini, Radio Al-Fatih mengusung moto, yaitu “Membebaskan Hati, Merajut Silaturahmi”.

Peneliti turut mengamati fenomena Radio Al-Fatih di kota Medan yang masyarakatnya masih memerlukan informasi, hiburan, dan khususnya keagamaan. Berdasarkan arsip Radio Al-Fatih, masyarakat kota Medan diakui masih membutuhkan pengetahuan tentang agama melalui sarana radio dakwah. Dokumentasi tersebut juga mengatakan bahwa jumlah pendengar terbagi menjadi dua bagian, yaitu dari siaran *on-air* dan *streaming online*. Meskipun demikian, Radio Al-Fatih belum melaksanakan survei untuk mencermati berbagai pendengarnya. Hal ini terlihat dari belum adanya gaya bahasa dan keakraban yang bisa menggerakkan hati sebagian pendengar. Kepuasan pendengar pada program yang disajikan pun belum begitu maksimal sehingga para pendengar kerap merasa bosan dan berpindah ke stasiun radio lain. Oleh karena itu, dalam menganalisis strategi komunikasi Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengarnya maka penelitian didasari atas jumlah stasiun radio yang makin meningkat sehingga diperlukan suatu strategi untuk menarik minat audiensi agar Radio Al-Fatih dapat bersaing dengan radio sejenis atau lainnya.

Berdasarkan uraian tersebut, hal tersebut yang melandasi ketertarikan peneliti untuk meninjau dan menganalisis lebih lanjut terkait berbagai strategi komunikasi yang dikembangkan oleh Radio Al-Fatih. Dalam hal ini, pembahasan berkaitan dengan gambaran umum Radio Al-Fatih, strategi komunikasi, strategi Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengar, aktivitas promosi, dan hambatan

Radio Al-Fatih. Berkaitan dengan strategi komunikasi di Radio Al-Fatih, hal ini erat kaitannya dengan indikator strategi komunikasi, seperti memberi tahu, motivasi, mendidik, penyebaran informasi, dan mendukung pembuatan keputusan. Bagi peneliti, strategi komunikasi yang diterapkan oleh di Radio Al-Fatih akan diidentifikasi melalui pendekatan *stimulus response* (SR). Dalam hal ini, peneliti dapat menjelaskan terkait perencanaan, taktik, dan rumusan yang akan digunakan Radio Al-Fatih untuk mencapai tujuan, yaitu menarik minat pendengarnya. Oleh karena itu, suatu strategi yang dijalankan dapat diidentifikasi untuk menentukan target yang diinginkan serta memperinci masalah atau kondisi yang sedang dihadapi Radio Al-Fatih.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul *Strategi Komunikasi Radio Al-Fatih dalam Menarik Minat Pendengar (Studi Pada Radio 107.3 FM Medan)*. Dalam hal ini, peneliti akan meninjau lebih lanjut terkait berbagai strategi komunikasi Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengarnya. Hal tersebut berkaitan dengan upaya Radio Al-Fatih dalam mempertahankan pendengar dalam tiap programnya. Misalnya, terkait *rating* dan *brand image* suatu radio; suatu program radio (dapat berperan sebagai media audio, lagu, suara, penyiar, dan lain-lain); aktivitas promosi; upaya mengatasi hambatan (meremehkan suatu topik tertentu, salah penafsiran, dan kurang mampu memahami maksud dengan jelas); serta bentuk beberapa program, seperti berita, lagu, kata, dll menjadi penting dalam perkembangan Radio Al-Fatih.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, masalah yang dianalisis dalam penelitian ini ialah sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi komunikasi dan promosi Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengar?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengar?

## **C. Batasan Istilah**

Pembatasan masalah penelitian menjadi dasar pembahasan selanjutnya. Batasan ini dibuat untuk menghindari permasalahan meluas. Adapun yang menjadi batasan yang dimaksud adalah sebagai berikut.

1. Radio merupakan alat media komunikasi yang disenangi masyarakat.<sup>6</sup>  
Radio adalah media komunikasi tertua dan paling familier di seluruh dunia, yaitu eksistensi radio berada di tengah berbagai media baru yang hadir seperti internet dewasa ini. Dalam hal ini, Radio Al-Fatih menjadi objek dalam penelitian ini. Radio Al-Fatih merupakan stasiun radio swasta dan telah mendapatkan izin dari Komisi Penyiaran Indonesia daerah Kota Medan. Radio Al-Fatih telah mengalami perubahan nama dan bentuk dengan berbagai bentuk kepengurusan yang berbeda-beda, tetapi dengan satu perusahaan yang sama, yaitu PT Radio Andiko Suara Pingko-pingko yang berkedudukan di Desa Bandar Baru, Siboloangit,

---

<sup>6</sup>Onong Uchjanan, Effendy. *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Bandung, 1983, hlm. 35

Kabupaten Deli Serdang. Selain itu, Radio Al-Fatih tercatat sebanyak tiga kali dalam perubahan nama, yaitu pada tahun 2000-an, tahun 2012, dan tahun 2017.

Berdasarkan hal tersebut, bagi peneliti, perkembangan Radio Al-Fatih cukup menarik, misalnya dari penamaan radio ini dengan “Radio Lips”, “Radio Rock”, hingga “Radio Al-Fatih” yang berfokus terhadap dakwah. Selain itu, Radio Al-Fatih juga memiliki visi, yaitu menjadikan Radio Al-Fatih sebagai radio dakwah nomor satu di Kota Medan, khususnya di Sumatera Utara; dan misinya, yaitu pengembangan dakwah secara berkelanjutan melalui penyajian tausiah dan hadis yang berkualitas. Peneliti berupaya melakukan identifikasi dan analisis terkait upaya Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengarnya, seperti melalui motonya, yaitu “Membebaskan Hati, Merajut Silaturahmi”. Penelitian ini menjelaskan berbagai strategi yang dilakukan oleh Radio Al-Fatih, misalnya Radio Al-Fatih yang kerap kali menawarkan landasan dakwah dalam tiap programnya. Eksistensi Radio Al-Fatih di Kota Medan telah memberikan sumbangsih dalam hal informasi, hiburan, dan khususnya siraman rohani bagi pendengarnya.<sup>7</sup>

2. Strategi komunikasi merupakan kegiatan perencanaan yang diperhitungkan dengan semaksimal mungkin oleh Radio Al-Fatih. Hal tersebut bertujuan agar Radio Al-Fatih mampu mencapai tujuan, suatu

---

<sup>7</sup>Radio Al-Fatih FM. *Tentang Radio Al-Fatih*, di akses dari <http://alfatih-media.com/company/tentang-kami.html> pada Tanggal 18 Juli 2021 Pukul 08.00. hlm 1

metode, teknik, dan pendekatan komunikasi.<sup>8</sup> Bagi peneliti, strategi komunikasi Radio Al-Fatih berkaitan dengan peran penyiar, promosi, dan hambatannya. Penelitian ini berkaitan dengan berbagai strategi komunikasi Radio Al-Fatih yang didasari oleh minat pendengarnya, yaitu upaya untuk menjadi dekat, menyenangkan, dan memengaruhi<sup>9</sup> dengan memastikan pesan telah diterima oleh komunikan, membimbing penerima pesan, dan memotivasi penerima pesan untuk bertindak.

Berdasarkan hal tersebut, strategi komunikasi yang dimaksud peneliti ialah strategi Radio Al-Fatih dalam menjaga antusiasme masyarakat dalam mendengarkan siarannya. Hal ini mengingat pertumbuhan radio di Kota Medan yang tergolong begitu selektif sehingga berbagai penawaran program yang menarik, seperti berita, lagu, kata, dan lain-lain<sup>10</sup> menjadi upaya yang dilakukan Radio Al-Fatih untuk menarik minat pendengar. Oleh karena itu, batasan istilah dalam penelitian ini berkaitan dengan lima indikator dasar dalam strategi komunikasi, misalnya memberi tahu, motivasi, mendidik, penyebaran informasi, dan mendukung pembuatan keputusan. Penelitian ini berupaya menjelaskan terkait perencanaan, taktik, dan rumusan yang akan digunakan Radio Al-Fatih untuk mencapai tujuan, yaitu menarik minat pendengarnya.

---

<sup>8</sup>Rafika Holy, Dhona. *Komunikasi Geografi*, Jurnal Komunikasi, Yogyakarta, 2018, hlm.14

<sup>9</sup>*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Cetakan Keempat, 1995), hlm. 964

<sup>10</sup>Yulia Wanda. *Andai Aku Jadi Penyiar*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm. 5.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini, sebagaimana berikut.

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi dan promosi Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengar.
2. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengar.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini, sebagaimana berikut.

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat menambah khasanah dan ilmu dalam bidang dakwah dan komunikasi demi mengembangkan dakwah islam kepada masyarakat di sekitar.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan bagi para pelaku dakwah, baik perorangan maupun kolektif. Penelitian ini bisa membantu mereka merumuskan strategi tepat untuk mengatasi dakwah problematik di masyarakat, khususnya yang disiarkan melalui media radio.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Teori *Stimulus Responses* (SR)**

Penelitian ini menerapkan teori *stimulus response* (SR) dalam analisisnya. Menurut McQuail (2020), *stimulus response* sebuah proses psikologis bahwa subjek eksperimen belajar untuk melakukan beberapa tindakan dalam menanggapi stimulus pesan yang telah terkait dengan tindakan yang bersangkutan. Ini mendasari terkait efek komunikasi dan media sehingga budaya audiensi terkait dengan perilakunya dapat dipahami. Oleh karena itu, teori SR merupakan proses komunikasi yang berjalan secara satu arah dengan efek sebagai reaksi terhadap stimulus tertentu sehingga pesan di media dan reaksi audiensi menunjukkan keterkaitannya.

Dalam hal ini, bagi McQuail (2020), teori SR sebagai pendekatan yang menekankan penggunaan media sebagai refleksi konteks tertentu serta sebagai proses pemberian makna terkait produk dan pengalaman budaya dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hal itu, media menunjukkan efek atau pengaruhnya yang diharapkan akan menjelaskan stimulus media dan respons audiensinya. Menurut McQuail (2020), teori SR akan menjelaskan berbagai opini, sikap, serta perilaku yang diteliti sehingga akan berpengaruh terhadap pilihan media, perhatian, dan tanggapan khalayak. Oleh karena itu, perolehan informasi dapat terjadi tanpa perubahan sikap terkait dan perubahan sikap tanpa perubahan perilaku. Selain itu, teori SR akan menjelaskan si penerima dengan menunjukkan perilaku tertentu

ketika ada kondisi stimulus khusus sehingga dapat diidentifikasi kesesuaian antara pesan dengan reaksi komunikan. Asumsi dasar dari teori SR ialah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera, dan langsung terhadap komunikan.

Dalam hal ini, teori SR berkaitan dengan **pesan** → **penerima** → **reaksi** dengan beberapa perbedaan penjelasan, seperti respons (menyiratkan beberapa interaksi dengan penerima dan juga proses pembelajarannya) serta reaksi (menyiratkan terkait tidak adanya pilihan atau interaksi di pihak penerima). Berdasarkan hal itu, menurut McQuail (2020, peneliti dapat memprediksi respons (tindakan verbal atau perilaku) yang terjadi dan sesuai dengan ada atau tidaknya stimulus (pesan) yang sesuai. Selain itu, teori SR juga menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses aksi dan reaksi serta segala bentuk pesan yang disampaikan, baik secara verbal maupun non-verbal, sehingga dapat menimbulkan respons.

Stimulus yang disampaikan kepada komunikan dapat diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya ialah komunikan dapat mengerti dan kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses komunikasi berikutnya, yaitu setelah komunikan menngolah dan menerimanya maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. Berdasarkan hal itu, teori SR dapat dijadikan sebagai suatu pendekatan dalam meninjau dan menganalisis lebih lanjut terkait berbagai strategi komunikasi suatu radio, khususnya berkaitan dengan minat pendengarnya. Dalam hal ini, teori SR akan menjelaskan terkait strategi komunikasi radio dengan beberapa indikator, seperti memberi tahu, motivasi, mendidik, penyebaran informasi, dan mendukung

pembuatan keputusan sebagai hasil dari **pesan** → **penerima** → **reaksi** dari aktivitas radio.

Teori SR akan menjelaskan keterkaitannya melalui informasi; rangsangan untuk bertindak; mengarahkan perhatian secara berbeda; persuasi; serta mendefinisikan situasi dan membingkai 'realitas' dalam menarik minat pendengar, aktivitas promosi, dan hambatan suatu radio. Dalam hal ini, pendekatan SR menjelaskan kata-kata verbal, isyarat non-verbal, serta simbol-simbol tertentu untuk merangsang dan melihat penerima dalam memberikan respons dengan cara tertentu sehingga dapat dijelaskan suatu kaitan yang erat antara pesan-pesan media dengan reaksi audiensinya. Oleh karena itu, pendekatan SR dijadikan sebagai pendekatan dalam meninjau dan menganalisis lebih lanjut terkait berbagai strategi komunikasi suatu radio, sebagaimana subbab di bawah ini, seperti strategi komunikasi, macam-macam strategi komunikasi, unsur-unsur komunikasi, media massa, strategi penyiaran, promosi, minat pendengar, bahkan hambatan suatu radio.

## **B. Pengertian Strategi Komunikasi**

Istilah 'strategi komunikasi' memiliki pengertian yang bisa dijabarkan dari kata penyusunnya. Kata "strategi" diturunkan dari kata bahasa Inggris "*strategy*" yang diambil dari kata dalam bahasa Yunani "*strategia*", 'jendral'. Kata ini memiliki makna "sebuah rancangan/rencana yang dimaksudkan sebagai cara untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan "komunikasi" secara etimologi berasal dari bahasa Inggris "*communication*" yang diambil dari bahasa Latin, "*comunicare*" yang artinya "berbagi, berkaitan dengan sesuatu". Dari penjelasan di atas dapat

disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah sebuah metode dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan agar terencana dan sesuai standar, sehingga tepat sasaran dan profesional.

Hasil aktivitas komunikasi yang efektif sering bermula dari strategi komunikasi yang tepat. Strategi komunikasi yang tidak baik akan membawa dampak negatif. Menurut Robin Mehall, strategi komunikasi adalah kumpulan data tertulis tentang proses yang harus dijalankan berkaitan dengan hubungan komunikasi dalam mencapai tujuan dengan menggunakan peralatan, program, dan alat ukur untuk menghasilkan rumusan.<sup>11</sup> Sedangkan menurut Cangara, strategi komunikasi adalah bagian dari suatu proses perencanaan yang dibuat untuk mengubah perilaku manusia dalam mengembangkan ide-ide baru.

Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendi, strategi komunikasi adalah proses dari metode dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan dari sebuah organisasi. Untuk mencapai strategi komunikasi perlu diperhatikan agar cara operasionalnya memiliki taktik, contohnya seperti melakukan pendekatan tergantung pada keadaan dan lingkungan.<sup>12</sup>

Menurut Mulyana, komunikasi adalah konsep yang mempunyai konteks dan dapat diterapkan dalam sebuah organisasi, kelompok, atau sebuah perkumpulan audiens yang disebut massa. Hal ini merupakan aspek penting dalam strategi komunikasi yaitu suatu wadah atau tempat yang tidak hanya menjadi lokasi terbentuknya alur komunikasi melainkan menjadi sarana yang mendukung

---

<sup>11</sup>Hafied Cangara. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014, hlm. 61-62.

<sup>12</sup>Onong Uchjanan Effendy. *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Bandung, 1983, hlm.32

keseluruhan proses terkait.<sup>13</sup> Sementara itu, menurut Prasanti, yang dimaksud strategi komunikasi adalah bentuk atau rangkaian kegiatan yang direncanakan dan diperhitungkan dengan semaksimal mungkin dan membutuhkan cara, teknik, dan pendekatan agar tujuannya dapat dicapai.<sup>14</sup>

Menurut Muhammad Arni, strategi komunikasi adalah semua yang berkaitan dengan rencana atau taktik yang akan digunakan dalam melaksanakan komunikasi dengan menempatkan pengirim, pesan itu sendiri, dan penerimanya pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan.<sup>15</sup> Sedangkan menurut Anwar Arifin strategi komunikasi adalah keputusan atau tindakan yang akan dikerjakan untuk mencapai tujuan. Artinya, dalam melakukan keputusan atau merumuskan strategi komunikasi perlu diperhitungkan keadaan dan situasi lingkungan pada saat menghadapi masa sekarang maupun masa depan, untuk mencapai efektivitas dalam perubah personal. Hal ini dijadikan sebagai rancangan untuk membuat perubahan dalam berkomunikasi.

Dari definisi-definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi adalah poin penting untuk mencapai tujuan yang dibuatserta agar manajemen kerja bisa lebih efisien dan berjalan dengan baik. Untuk mengukur keberhasilan proses komunikasi tersebut, digunakanlah model komunikasi. Ada dua aspek yang perlu diperhatikan: aspek mikro dan makro, keduanya berfungsi untuk memperluas pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada target untuk memperoleh hasil yang maksimal.

---

<sup>13</sup>Dhona Rafika Holy, *Komunikasi Geografi*, Jurnal Komunikasi, Yogyakarta, 2018, hlm.14

<sup>14</sup>Prasanti&Fuad. *Strategi Komunikasi dalam kesiapan menghadapi bencana longsor masyarakat di Bandung Barat*. Komunikasi. hlm,135-148

<sup>15</sup>Muhammad Arni, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004, hlm. 65.

Menurut Liliweri, strategi atau perencanaan yang baik harus memiliki tujuan untuk memperkenalkan barang atau jasa agar dapat tersampaikan kepada masyarakat. Tujuan dari strategi komunikasi adalah sebagai berikut: <sup>16</sup>

### **1. Memberi Tahu**

Tujuan strategi komunikasi adalah untuk memberikan gambaran tentang kapasitas dan kualitas informasi yang diberikan. Hal ini dapat dilakukan dengan bantuan media cetak atau media sosial untuk mempermudah penyebaran informasi.

### **2. Motivasi**

Penyampaian sebuah informasi harus diupayakan untuk memotivasi masyarakat agar peduli.

### **3. Mendidik**

Memberikan edukasi atau pendidikan kepada masyarakat bahwa informasi yang diberikan dapat menambah wawasan.

### **4. Penyebaran Informasi**

Salah satu tujuan utama strategi komunikasi adalah penyebarluasan informasi kepada masyarakat atau kepada audiens sebagai sasaran dalam menarik minat pendengar dan memberikan informasi yang spesifik.

---

<sup>16</sup>Liliweri,2011. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Remaja Rosdakarya, hlm. 248.

## 5. Mendukung Pembuatan Keputusan

Pembuatan keputusan harus didukung oleh pihak manajemen. Informasi yang telah dikumpulkan akan dianalisa sebagai dasar dalam mengambil sebuah keputusan.

Menurut Cangara, fungsi dari perencanaan strategi terdiri dari:

- Menganalisa dan merumuskan masalah.
- Merumuskan metode atau arahan bagi tujuan yang akan dicapai.
- Memastikan agar tidak terjadi pemborosan sumber daya dalam rangka mencapai tujuan.
- Melakukan hipotesis atau perkiraan terhadap kendala yang ditemukan dan hasil yang diperoleh.
- Melakukan pengamatan agar rencana yang telah ditetapkan dapat terlaksana
- Memberikan kemudahan untuk memilih alternatif dalam mencapai hasil yang baik.
- Mengatasi hal-hal yang tidak diinginkan atau mencari solusi dalam menghadapi masalah.
- Menetapkan kualitas tentang hal yang akan dikerjakan.
- Menetapkan mekanisme dan alat ukur evaluasi.

Dari beberapa penjelasan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi merupakan perencanaan, taktik, dan rumusan yang akan digunakan untuk memproses komunikasi agar mencapai tujuan. Strategi ini dijalankan untuk

memilih target yang diinginkan serta memperinci masalah atau kondisi yang dihadapi.

### **C. Manfaat Strategi**

Menurut Greenley berikut manfaat manajemen strategi yang harus dilaksanakan organisasi:<sup>17</sup>

1. Manajemen strategi memungkinkan penentuan prioritas.
2. Memberikan suatu pandangan terhadap masalah manajemen.
3. Membuat aktivitas kerja terkontrol dengan baik.
4. Manajemen strategis dapat meminimalkan kemungkinan suatu perubahan terjadi.
5. Manajemen strategis dapat membantu menarik keputusan yang mendukung tercapainya tujuan yang ditetapkan
6. Membuat penjadwalan waktu dan penggunaan sumber daya lebih efektif.
7. Memaksimalkan sumber daya dan waktu agar keputusan yang tidak sesuai dapat dikoreksi.
8. Menyiapkan pedoman kerja untuk komunikasi internal dengan para staf.
9. Meningkatkan produktivitas tiap individu
10. Manajemen dapat memberikan dasar untuk klarifikasi.

---

<sup>17</sup>Irene Diana, 2012. *Manajemen*. Yogyakarta: Nuha Medika, hlm. 61.

## **D. Model Strategi**

Menurut Chafee, dalam melaksanakan strategi ada tiga model yang dapat digunakan:<sup>18</sup>

1. Strategi Linear: organisasi merencanakan sasaran untuk menghadapi pesaing dalam rangka mencapai tujuan.
2. Strategi Adaptif: berubah dan menampung apa yang diminati oleh konsumen.
3. Strategi Interpretatif: melakukan motivasi kepada pihak terkait dalam organisasi.

## **E. Menetapkan Rumusan Strategi**

Menurut Goldworthy dan Ashley, ada lima aturan dalam merumuskan strategi, yaitu:<sup>19</sup>

1. Menjelaskan masa akan datang, tidak terpaku di masa sekarang saja.
2. Dapat menentukan petunjuk yang terencana.
3. Fokus pada hal yang kompetitif, bukan di keuangan saja.
4. Memiliki orientasi eksternal.
5. Memiliki jangka panjang.

---

<sup>18</sup>*Ibid*, hlm.62

<sup>19</sup>Sondang Siagian, 2014. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Aksara, hlm. 45.

## F. Fungsi Strategi Komunikasi

Hafied menjelaskan ada empat tipe dan fungsi perencanaan strategi komunikasi:<sup>20</sup>

1. Komunikasi dengan diri berfungsi untuk mengembangkan kemampuan memahami keadaan diri sendiri, mengontrol, kreativitas, serta dalam berpikir sebelum menentukan keputusan.
2. Komunikasi antarpribadi berfungsi untuk meningkatkan interaksi dalam menghindari atau mengatasi konflik pribadi serta berbagi pengalaman kepada orang lain dalam membina hubungan yang baik.
3. Komunikasi publik berfungsi untuk menanamkan rasa percaya diri atau semangat dalam kebersamaan yang mempengaruhi orang lain, informatif, memberi pengetahuan, dan menghibur. Artinya, mudah dalam berbaur antar kelompok orang banyak.
4. Komunikasi massa berfungsi untuk penyebarluasan sebuah informasi dari segi pendidikan maupun perekonomian. Perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat dalam bidang penyiaran dan media audiovisual menyebabkan media massa mengalami perubahan.

Goran Hedebro mengemukakan bahwa fungsi dari komunikasi massa dapat dirumuskan sebagai berikut:<sup>21</sup>

1. Mampu membuat iklim perubahan dalam perkembangan nilai-nilai untuk mengubah sikap ke arah modernisasi

---

<sup>20</sup>Canggara, Hafied, 2013. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, hlm. 68.

<sup>21</sup>*Ibid*, hlm.71

2. Mampu memberi keterampilan
3. Berperan dalam ilmu pengetahuan
4. Meningkatkan efisiensi tenaga dan biaya.
5. Menampung aspirasi seseorang.
6. Mampu berpartisipasi dalam kepentingan orang banyak.
7. Menemukan ide baru dalam situasi tertentu.
8. Memperkuat nilai kebangsaan.
9. Meningkatkan kondisi politik.
10. Mengubah strategi kekuasaan dalam suatu masyarakat.
11. Menjadi sarana dalam membantu sebuah program.
12. Meningkatkan perekonomian, sosial, dan politik dalam sebuah bangsa.

Dari hasil penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi harus disesuaikan dengan manfaat, model strategi, penentuan rumusan strategi, serta fungsi dari strategi tersebut sehingga tujuan dari perencanaan agar tercapai untuk memenuhi kebutuhan di sebuah organisasi. Artinya, strategi komunikasi sangat berperan penting dalam keberlangsungan dan perkembangan organisasi tersebut.

### **G. Macam-macam Strategi Komunikasi**

Sebelum menyusun strategi komunikasi, ada hal yang perlu diperhatikan ketika mempertimbangkan faktor pendukung dan hambatan. Artinya, apabila ingin lebih baik dalam menyusun sebuah strategi maka komponen komunikasi tersebut

harus diperhatikan, seperti tujuan, referensi, kondisi, lingkungan, peranan komunikator dalam berkomunikasi, dan sumber penarik minat masyarakat.

Menurut Anwar Arifin, ada empat faktor yang harus diperhatikan dalam mengambil strategi komunikasi:<sup>22</sup>

## **H. Pengenalan Massa adalah Langkah Awal bagi Komunikator dalam Upaya Berkomunikasi yang Efektif**

Dalam proses komunikasi, massa diperkenankan untuk aktif dan tidak pasif. Artinya, komunikator dan komunikan bukan sekadar saling berkorelasi, akan tetapi harus saling berinteraksi dan mempengaruhi.<sup>23</sup>

### **1. Penyusunan Isi Pesan: Menentukan Ide dan Tema**

Ketentuan utama dalam mempengaruhi massa dengan sebuah informasi adalah untuk memperoleh perhatian. Segala hal perlu diamati namun tidak semua perlu dilihat. Oleh karena itu, langkah utama berkomunikasi adalah membangun perhatian dari massa terhadap pesan-pesan yang telah disampaikan. Langkah selanjutnya adalah mendorong mereka mengambil tindakan sesuai dengan tujuan yang dirumuskan. Dengan demikian, penyajian masalah harus bersifat sepihak bukan hanya dari bentuk positif dan negatif saja.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup>Anwar Arifin. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. (Bandung: Armico, 1984), hlm. 27.

<sup>23</sup>*Ibid*, hlm. 85.

<sup>24</sup>*Ibid*, hlm. 81.

## 2. Penetapan Prosedur

Penyampaian informasi dapat dilihat berdasarkan caranya:<sup>25</sup>

1. *Redundancy (repetition) canalizing*: Massa dipengaruhi dengan cara mengulang-ulang pesan yang disampaikan.
2. Metode *canalizing*: Massa dipengaruhi dengan pesan yang disampaikan. Secara bertahap, massa akan mengubah perilaku dan pemikiran mereka sesuai dengan model yang kita inginkan.
3. Metode *informatif* menggunakan daya pikir massa melalui informasi yang disampaikan dalam bentuk pemberitahuan seperti berita, keterangan, dan penjelasan.
4. Metode *persuasif* adalah proses mempengaruhi massa dengan jalan mengajak melalui pemikiran dan perasaannya.
5. Metode *edukatif* bisa memberikan pengetahuan kepada massa berdasarkan fakta, saran, pendapat, dan pengalaman yang dapat dipertanggungjawabkan bentuk kebenarannya untuk mengarahkan perilaku manusia ke target yang dikehendaki.
6. Metode *kursif* adalah mempengaruhi massa dengan cara memaksa tanpa memberikan peluang untuk memikirkan ulang pendapat yang disampaikan.

---

<sup>25</sup>*Ibid*, hlm. 87.

### 3. Pemilihan Sarana Media Komunikasi

Dalam melakukan pendekatan komunikasi, dapat dipilih berbagai sarana, tergantung tujuan yang diinginkan karena media yang digunakan mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing.

Effendy Onong Uchjanan menjelaskan bahwa ada tiga macam strategi komunikasi, yaitu :<sup>26</sup>

1. Memastikan pesan telah diterima oleh komunikan (*To Secure Understanding*)
2. Membimbing penerima pesan (*To Establish Acceptance*)
3. Memotivasi penerima pesan untuk bertindak (*To Motivate Action*)

#### I. Unsur-unsur Komunikasi

Lasswel menjelaskan bahwa komunikasi dapat dirumuskan sebagai “*Who says what in which channel to whom with what effect?*” “Siapa yang mengatakan apa di saluran yang mana kepada siapa dan pengaruhnya apa?”

Berdasarkan rumusan tersebut, ada lima unsur komunikasi yang saling berkaitan:

##### 1. Komunikator (*Communicator*)

Pihak yang berperan menyampaikan pesan dalam komunikasi disebut komunikator. Komunikator mengendalikan jalannya komunikasi. Pelaku

---

<sup>26</sup>Onong Uchjanan Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Bandung, 1983, hlm.32

komunikasi bisa berasal dari individu, kelompok, negara, organisasi, dan perusahaan.<sup>27</sup>

## **2. Pesan (*Message*)**

Pesan merupakan sumber komunikasi untuk penerima. Pesan memiliki bahasa lisan dan fisik berkaitan perasaan, nilai, dan ide. Selain itu, pesan memiliki komponen seperti makna, yaitu simbol yang digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan.<sup>28</sup>

## **3. Media (*Channel/Media*)**

Merupakan sarana untuk memberikan sebuah pesan dari komunikator ke masyarakat. Dalam pandangan pakar psikologi media, indra yang paling menonjol dalam berkomunikasi yaitu mata dan kuping.<sup>29</sup>

## **4. Komunikan (*Communicant, Communicate, Receiver, and Recipient*)**

Orang yang menerima pesan dari komunikator. Penerima pesan ini membutuhkan bahasa atau sinyal yang mudah diterima agar dapat dipahami.

---

<sup>27</sup>Tommy Suprato. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Caps 2011, hlm.5

<sup>28</sup>Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja R Offset, 2008, hlm. 69.

<sup>29</sup>Hafied Cangara. *Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Rajawali, 2012. hlm.99

### **5. Efek (*Effect, Impact, and Influence*)**

Merupakan suatu respons yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan, seperti penambahan kadar ilmu, rasa terhibur, dan perubahan sikap atau perilaku.

### **J. Media Massa**

Media massa merupakan sarana komunikasi dalam penyampaian pesan-pesan, yaitu sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita ke masyarakat luas. Media massa ialah sarana atau alat yang dipakai dalam cara kerja komunikasi massa, yaitu komunikasi yang ditunjukkan terhadap orang banyak. Media massa memberikan info perihal perubahan, bagaimana hal itu berjalan dan hasil yang dicapai. Terdapat beberapa karakteristik media massa, yaitu publisitas, kontinuitas, periodisitas, aktualitas, universalitas. Pada umumnya, media massa, terbagi atas dua jenis, yaitu media massa elektronik dan media massa cetak. Dalam hal ini, media massa elektronik ialah jenis media massa yang isinya disebarluaskan melewati suara atau gambar dan suara dengan menggunakan teknologi elektro, seperti radio, televisi, dan film.

Selanjutnya, berikut beberapa fungsi dari media massa, antara lain, ialah sebagai pengambilan keputusan dan berperan dalam menghantarkan informasi untuk mengambil keputusan; sebagai bahan untuk diskusi, memperjelas permasalahan yang dihadapi, dan menyajikan pesan-pesan para pemuka masyarakat; sebagai pemberi informasi dan pemberi informasi kepada masyarakat umum, secara

tepat waktu; serta sebagai pendidik dan sebagai pemberi pendidikan kepada masyarakat melewati beragam macam informasi.

Berkaitan dengan peran media massa di era globalisasi, media massa mempunyai peran penting di era yang serba modern. Salah satu peran penting media merupakan sebagai penentu identitas suatu bangsa. Perkembangan yang terjadi dalam dunia media massa saat ini seperti perkembangan teknologi dunia elektronik, pemakaian internet secara luas dan pemakaian telepon seluler, yang secara tak langsung memfasilitasi proses globalisasi dalam dunia jurnalistik. dengan adanya internet, atau penggunaan telepon genggam yang juga mempunyai fasilitas internet, seluruh sesuatu dari dunia luar begitu gampang masuk ke Indonesia.

Berdasarkan hal tersebut, perkembangan media komunikasi modern dewasa ini telah memungkinkan orang di seluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi. Hal ini dimungkinkan adanya berbagai media massa yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Dalam hal ini, media penyiaran radio merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai pendengarnya dalam jumlah yang sangat banyak. Media massa radio memiliki karakteristik cepat dalam menyampaikan pesan, luas jangkauannya dalam arti tidak mengenal medan, tidak terikat waktu, ringan dan dapat dibawa kemanapun, serta murah dan memerlukan banyak konsentrasi karena radio hanya untuk didengarkan sebagai tempat informasi, sebagaimana penjelasan dalam beberapa subbab di bawah ini.

## 1. Pengertian Radio

Pengertian radio secara umum adalah media massa dan sarana komunikasi seperti halnya majalah, surat kabar, dan televisi.<sup>30</sup> Namun, secara etimologi radio adalah pengirim suara atau bunyi melalui udara.<sup>31</sup> Sedangkan menurut beberapa ahli, seperti halnya Antonius Darmanto menjelaskan bahwa radio adalah suara yang sumber utamanya dari radio yang disampaikan kepada banyak orang.<sup>32</sup> Lain halnya pendapat Masduki, menurutnya radio adalah media komunikasi massa yang bisa mengirimkan bunyi melalui gelombang siaran yang dengan mudah dapat dinikmati oleh pendengar.<sup>33</sup> Baik pengertian secara umum, etimologi dan beberapa pendapat ahli tersebut kemudian diperjelas dalam *Kamus Jurnalistik* yang disusun oleh Asep Syamsul, bahwa Radio adalah suatu alat yang memproduksi suara karena dipancarkan dari gelombang signal atau frekuensi melalui udara. Selain itu, siaran radio (radio broadcast) juga merupakan salah satu katagori media massa yang sarana atau saluran komunikasinya dikonsumsi oleh telinga atau pendengaran.<sup>34</sup>

Dalam pengelompokannya, menurut Onong jenis radio dapat dibagi menjadi dua yaitu radio amatir dan radio siaran, sebagai berikut:<sup>35</sup>

1. Radio Amatir, yaitu sebuah pemancar radio yang digunakan oleh seorang pendengar untuk berinteraksi dengan pendengar lainnya.

---

<sup>30</sup>Romli Asep Syamsul, *Broadcast Journalism Panduan Menjadi Penyiar*, Bandung: Nuansa, 2004, hlm. 19.

<sup>31</sup>Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1997, hlm. 808.

<sup>32</sup>Darmanro Antonius, *Teknik Penulisan Naskah Acara Siaran Radio*, Yogyakarta: Atmajaya, 1998, hlm. 69.

<sup>33</sup>Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, Yogyakarta: PT Lkis, 2005, hlm 16.

<sup>34</sup>Asep Syamsul. *Kamus Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2008, hlm.36

<sup>35</sup>Onong Uchjanan Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Bandung, 1983, hlm.66

2. Radio Siaran, yaitu radio yang menghadirkan program dalam bentuk siaran secara langsung atau tidak langsung. Seperti berita, budaya, keagamaan, dan lain-lain.

Berdasarkan penjelasan di atas, radio adalah media komunikasi massa yang berfungsi sebagai penyampai berita atau informasi melalui signal gelombang udara sehingga masyarakat dapat mendengarnya. Seiring perkembangan zaman, radio mulai beradaptasi, tidak seperti proses pembuatan sebuah foto yang panjang, radio tidak perlu menunggu dicetak, sehingga pada saat ini radio bisa digunakan untuk keperluan apapun termasuk sebagai media pendidikan.

## **2. Sejarah Radio**

Sejarah teknologi radio berkembang beriringan dengan perubahan alat untuk sebuah gelombang radio. Pertama pada sinyal siaran radio ditransmisikan melalui gelombang data yaitu Modulasi Amplitudo (AM) dan Modulasi Frekuensi (FM). Pengiriman gelombang data ini disebut dengan sinyal analog. Tapi seiring perkembangan zaman ditemukan internet dan sinyal digital yang kemudian mengubah cara transmisi pada sinyal radio.

Sejarah media penyiaran dunia berawal ketika seorang fisikawan Jerman bernama Heinrich Hertz pada 1887 berhasil mengirim dan menerima gelombang radio. Upaya Hertz ini kemudian dilanjutkan oleh Guglielmo Marconi dari Italia yang berhasil mengirim sinyal morse berupa titik dan garis dari sebuah pemancar kepada suatu alat penerima. Pada 1901 sinyal berhasil dikirim melewati samudera

Atlantik dengan menggunakan gelombang elektromagnetik.<sup>36</sup> Pada tahun 1909 peran radio dalam menyampaikan informasi mulai diakui, terutama ketika informasi yang telah terkirim melalui signal radio berhasil menyelamatkan penumpang kapal dari sebuah musibah kecelakaan. Di Indonesia radio mulai digunakan pada 1925 yang berhasil menyambungkan komunikasi radio dengan menggunakan stasiun relai di Malbar, Jawa Barat. Pada 1930 Edwin Howard Armstrong berhasil menemukan radio yang menggunakan Frekuensi Modulasi (FM) yang mana kebanyakan radio lama masih menggunakan frekuensi AM. Kelebihan radio dengan frekuensi FM ini ialah memiliki kualitas suara yang lebih bagus dan jernih. Tapi karena terjadi Perang Dunia II, perkembangan radio FM ini kemudian terhenti.

Pada tahun 1960 radio FM muncul kembali di masyarakat dengan pemutaran musik rock dikarenakan sesuai dengan frekuensi ini. Tapi, perhatian terhadap kehadiran radio ini menurun kembali ketika ditemukannya televisi. Meski demikian, radio di AS menarik minat banyak pendengar sehingga penjualan album rekaman mengalami peningkatan. Format awal siaran radio yang menuai keberhasilan ini kemudian menjadi acuan berbagai format pada siaran lainnya dan juga meraih kesuksesan serupa.<sup>37</sup> Kemudian pada 1962 perusahaan manufaktur radio berhasil memperbaiki kualitas produknya sehingga sampai saat ini radio masih populer di kalangan pendengarnya, dan bahkan semakin berkembang karena didukung oleh program yang menarik dari stasiun penyiaran serta kecepatan dalam

---

<sup>36</sup>Morissan. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenada, 2008. hlm 28

<sup>37</sup>Morissan, *Op.cit*, hlm 5-6.

memperdengarkan berita dan informasi yang masih diminati masyarakat sampai sekarang.

### **3. Karakteristik Radio**

Berikut adalah karakteristik radio yang membedakan dengan media massa pada umumnya:<sup>38</sup>

1. Radio adalah suara yang diperdengarkan dan tidak dapat diputar kembali.
2. Proses informasi yang disampaikan melalui pemancar sinyal.
3. Terdapat gangguan teknis seperti tenggelamnya gelombang sinyal.
4. Radio membuat gambar dalam imajinasi pendengar melalui suara dan kata yang disampaikan penyiar.
5. Radio merupakan sarana hiburan yang murah dan cepat serta menjadi media utama dalam mendengarkan musik.

### **4. Kelebihan dan Kekurangan Radio**

Adapun kelebihan radio, sebagaimana berikut.

1. Program secara langsung
2. Cepat, hangat dan dekat.
3. Menghadirkan gambar dalam ruang imajinasi pendengarnya.
4. Tanpa batas dan dapat di akses semua kalangan.
5. Memberikan manfaat bagi individu dan masyarakat.

---

<sup>38</sup>Asep Syamsul. *Op.cit*, hlm.22

Adapun kelemahan radio, sebagaimana berikut.

1. Durasi program singkat.
2. Tidak dapat mengulang informasi yang telah disiarkan.
3. Adanya gangguan yang bersifat teknis, seperti hilangnya sinyal atau suara.
4. Nonvisual, hanya suara saja dan tidak bisa memperlihatkan kondisi langsung radio tersebut.

## **K. Strategi Penyiaran**

Faktor yang menentukan keberhasilan berdirinya sebuah penyiaran radio yaitu dari program atau tema acaranya. Oleh karena itu, dalam upaya mencapai target audiensi memerlukan *programer* atau tim operasional. Tim ini merupakan sebuah tim untuk mengatur program yang telah dijadwalkan sehingga terbentuk format program yang bertujuan menciptakan gambaran penyiaran radio.

Setiap program siaran harus mengikuti standar pilihan format yang di tentukan penyiar. Sehingga strategi program memiliki aspek agar bisa dilaksanakan, berikut di antaranya :

### **1. Sistem Program**

Dalam membuat program siaran harus memperhatikan empat hal: *product*, artinya bahan materi program, *price* artinya biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program, *place* artinya kapan waktu acara disiarkan,

*promotion* artinya memperkenalkan dan menjual program acara untuk mendapat iklan dan sponsor.<sup>39</sup>

Proses perencanaan merupakan bagian dari Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi dalam siaran yang harus dipatuhi setiap *broadcaster*, sebagai berikut:<sup>40</sup>

1. *Planning*, hasil rencana produksi siaran melalui diskusi kelompok oleh tim kreatif bersama para pelaksana siaran lainnya. Hasil *planning* berupa proposal yang memuat nama acara, tujuan, target pendengar, penempatan, sumber materi, kata-kata, musik, durasi, biaya produksi, promosi, serta crew yang akan terlibat dalam produksi tersebut.
2. *Collecting*, pencarian atau pengumpulan materi baik musik dan data yang akan dibutuhkan, termasuk menghubungi calon narasumber. Hasil *collecting* berupa materi siaran yang memadai dan siap untuk diproduksi.
3. *Writing*, seluruh materi yang diperoleh kemudian diklasifikasikan untuk ditindak lanjuti yakni berupa kalimat yang sesuai atau disusun sedemikian rupa yang berisikan naskah pembuka dan penutup atau naskah selingan.
4. *Vokal recording*, perekaman suara presenter yang membacakan naskah di ruang rekaman.

---

<sup>39</sup>Asep Syamsul, *Op.cit.* hlm.25

<sup>40</sup>*Ibid*, hlm.60

5. *Mixing*, penggabungan materi vokal presenter dengan berbagai jenis musik pendukung dan lagu oleh operator atau *mixerman* dengan perangkat teknologi analog atau digital sehingga menghasilkan paket acara yang siap siar. Proses ini dilakukan dengan memperhatikan standar kemasan acara.
6. *On Air*, penayangan acara sesuai jadwal yang telah direncanakan. Khusus untuk produksi siaran yang bersifat langsung (*live*), tidak perlu *vocal recording* terlebih dahulu.
7. *Evaluation*, selepas siaran atau penyiaran paket acara dilakukan evaluasi bersamaan oleh tim produksi untuk pengembangan lebih lanjut. Evaluasi meliputi kelemahan materi, teknis, koordinasi tim dan sebagainya.<sup>41</sup>

## **2. Program Produksi dan Pembelian**

Produksi siaran merupakan keterampilan yang meliputi wawasan, kreativitas dan kemampuan memproses alat produksi. Program dapat dihasilkan dengan cara membeli atau memproduksi sendiri (*in house production*). Membeli program dikerjakan apabila stasiun penyiaran tidak memiliki ide untuk dikembangkan. Dalam Program siaran di radio memiliki beragam program diantaranya info hiburan, talk show, produksi siaran berita atau informasi, iklan dan *jinggel* serta dialog interaktif.

---

<sup>41</sup>Asep Syamsul, *Op.cit*, hlm.61

Memproduksi program siaran harus memiliki aspek daya tarik. Radio memiliki tiga aspek daya tarik: efek suara (*sound effect*), kata-kata lisan (*spoken word*), dan musik (*music*).

### 3. Eksekusi Program

Eksekusi meliputi aktivitas memperoleh program sesuai dengan rencana yang telah dirumuskan. Strategi penampilan program ditentukan dari bagaimana susunan program yang akan ditayangkan. Menentukan jadwal penayangan acara yang ditentukan atas dasar perilaku *audience*, yaitu perputaran aktivitas mereka dalam setiap hari dan kebiasaan mereka menonton televisi atau mendengar radio pada jam tertentu. Pada dasarnya siaran radio harus menemukan kegiatan. Di mana suatu program disusun secara rinci dan terarah karena menyesuaikan panduan dalam operasional siaran atau disebut *format clock*, yaitu panduan isi acara yang memiliki aspek isi materi siaran, durasi penyiar, jumlah lagu, kata, iklan, *insert* dan sebagainya.

Pembagian waktu tersebut mengarah pada pola perilaku pendengar dalam menyempatkan waktu mendengarkan radio. Perilaku pendengar ini akan dijelaskan sebagai berikut:<sup>42</sup>

1. Jumlah audiensi, pada radio jumlah audiensi lebih banyak pada pagi hari dan sore hari. Hal itu terjadi karena pada saat-saat tersebut banyak orang mendengarkan radio di mobil dalam perjalanan ke kantor dan pulang ke rumah.

---

<sup>42</sup>Asep Syamsul, *Op.cit.* hlm.63

2. Audiensi konstan, bahwa banyak orang cenderung bertahan pada suatu program radio sampai menyimak suatu program yang menurutnya tidak menarik. Jika berdasarkan lembaga *rating* menunjukkan bahwa jumlah audiensi secara keseluruhan selalu konstan, artinya, setiap program harus saling berebut jumlah pendengar yang tetap.
3. Aliran audiensi, yaitu pergantian yang terjadi setiap berakhirnya suatu program. Adapun aliran audiensi ini terbagi menjadi lima, sebagai berikut:
  4. Aliran ke luar (*outflow*), audiensi meninggalkan program kemudian ke stasiun selanjutnya.
  5. Aliran ke dalam (*inflow*), masuknya audiensi dari program lain.
  6. Aliran tetap (*flowtrough*), audiensi tidak berpindah ke stasiun lain.
  7. *Tuning enerta*, audiensi memilih salah satu stasiun menjadi favoritnya.
  8. Pengaruh demografis yaitu format radio yang sangat selektif dan memilih berdasarkan usia audiensinya.

#### **4. Pengawasan dan Evaluasi Program**

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan sampai mana suatu perencanaan dan tujuan dapat diwujudkan oleh stasiun penyiaran. Menurut Peter Priegle menyatakan bahwa pengawasan program harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup>*Ibid.* hlm.67

1. Mempersiapkan standar program stasiun penyiaran.
2. Mengutamakan keseluruhan isi program sesuai dengan standar stasiun atau peraturan perundangan yang ditetapkan.
3. Membuat catatan (*records*) program yang akan disiarkan.
4. Mengatur dan mengawasi kegiatan karyawan departemen program.
5. Memastikan biaya program tidak melebihi kapasitas yang sudah dianggarkan.

## **L.Promosi**

### **1. Pengertian Promosi**

Promosi dalam kata bahasa Inggris adalah *promotion* yang memiliki terjemahan meningkatkan, memajukan dan mengembangkan. Promosi dalam wirausaha perdagangan merupakan perangkat pemasaran yang berhubungan dengan komunikasi, yaitu pesan yang disampaikan oleh produsen kepada konsumen.<sup>44</sup> Sedangkan menurut Dharmasetha promosi yaitu sebagai informasi yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada kegiatan saling menukar dalam pemasaran.<sup>45</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas, promosi adalah kegiatan yang dilaksanakan dalam sebuah perusahaan untuk memperkenalkan atau memberi informasi kepada masyarakat maupun pelanggannya. Promosi dapat dikatakan sebagai kegiatan dalam membujuk pelanggan atau pembeli agar tertarik untuk melakukan proses

---

<sup>44</sup>Rewold. *Strategi Promosi Pemasaran* (Jakarta: Renika Cipta, 1996), hlm.41

<sup>45</sup>Dharmasetha Basu Swasta dkk. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty, . 2002. hlm.346.

transaksi. Pada dasarnya promosi usaha dalam bidang informasi adalah untuk menghimbau. Dalam hal ini promosi merupakan bagian dari pesan yang disampaikan oleh pihak organisasi di kalangan masyarakat. Berhasil atau tidaknya pesan itu yaitu diterima atau diakhiri dengan terbentuknya pertukaran dalam pemasaran yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Bentuk pesan, pemasaran dalam bentuk pesan yang baik. Seperti iklan dalam media cetak, hal yang perlu diperhatikan yaitu *headline* dan warna. Terkait pesan radio, pemasaran ini perlu diperhatikan dalam memilih kalimat atau kata, kualitas suara dan vocal. Pesan produk yang disampaikan berdasarkan kemasan baik dari segi warna, tekstur ukuran dan bentuk.
2. Sumber pesan, pesan yang disampaikan melalui sumber yang menarik untuk mendapatkan perhatian dan berkesan.

Setelah mengetahui bentuk dan sumber pesan, maka yang perlu diketahui selanjutnya adalah pemilihan saluran komunikasi pemasaran yang harus efektif untuk menyampaikan pesan.

## **2. Dasar Promosi**

Dalam dasar promosi dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Modifikasi, perilaku seseorang yang sedang melangsungkan komunikasi hal ini memiliki pertimbangan berupa alasan pribadi seperti mencari kesenangan, mencari bantuan, memberikan pertolongan atau

instruksi, memberikan informasi dan mengemukakan ide atau pendapat.

Sedangkan promosi lain berusaha mengubah tingkah laku dan pendapat.

2. Menginformasikan kegiatan, promosi ini ditunjukkan untuk memberitakan pasar penawaran perusahaan. Promosi yang bersifat informasi umumnya lebih sesuai dikerjakan pada tahap awal. Jadi sebagian orang tidak akan membeli barang atau jasa sebelum mengetahui manfaat produknya.
3. Promosi dengan mengajak, promosi ini diarahkan untuk mendorong pembelian. Sering perusahaan tidak berharap tanggapan cepat tapi lebih mengutamakan untuk menciptakan kesan positif.
4. Promosi dengan mengingatkan, untuk mempertahankan citra merek produk di hati masyarakat, dilakukan sejak awal terbuatnya sebuah produk. Ini artinya perusahaan berusaha untuk mempertahankan pembeli yang ada dengan mengenalkan produk sejak awal dan mempertahankan citra tersebut.<sup>46</sup>

### **3. Tujuan Promosi Radio**

1. Menjaga perhatian
2. Menjaga rasa ketertarikan
3. Membangkitkan minat
4. Mendapat aksi.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup>Rewold.*Op.cit*, hlm. 43.

<sup>47</sup>Ransiah Tasruddin. *Strategi Promosi Periklanan yang Efektif*. Jurnal Al-Khitabah, Vol.II,No. 1/12/2015. 109-110

## M. Minat Pendengar

### 1. Pengertian Minat

Minat atau kemauan berhubungan erat dengan perhatian yang dimiliki. Menurut Djaali minat adalah rasa ingin dan rasa ketertarikan pada suatu aktivitas tanpa ada yang mempengaruhi.<sup>48</sup> Sedangkan menurut Ruhimat minat adalah kecenderungan hati terhadap sesuatu yang diinginkan.<sup>49</sup> Kemudian, menurut Shaleh minat adalah kecenderungan untuk memberikan perhatian dan tindakan terhadap seseorang ketika dalam kondisi bahagia.<sup>50</sup>

Menurut Harmin dan Simon menyatakan bahwa dalam minat memiliki beberapa hal pokok yang perlu diperhatikan, sebagai berikut:<sup>51</sup>

1. Adanya perasaan bahagia dalam diri objek tertentu
2. Adanya ketertarikan dan suka
3. Adanya kegiatan atas objek
4. Adanya kecenderungan berupaya lebih aktif
5. Objek merupakan suatu hal yang fungsional dalam kehidupan
6. Kecenderungan yang dapat mempengaruhi perilaku individu

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan atau keinginan yang dimiliki setiap seseorang dalam memenuhi kebutuhan yang timbul dari dorongan dalam diri yang mempengaruhi pikiran dan kehendak terhadap sesuatu dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

---

<sup>48</sup>Djaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: PT. Gramedia. 2007, hlm 121.

<sup>49</sup>Ruhimat Mamat, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, Jakarta: Grafindo Media Pratama, 2011, hlm. 363.

<sup>50</sup>Shaleh, Abdul Rahman, dkk, *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Kencana, 2004, hlm. 46.

<sup>51</sup>Mulyati, *Psikologi Belajar*, Yogyakarta: Andi Publisherm, 2004, hlm. 46.

Keterkaitan minat dengan pendengar dapat dilihat dari penjelasan Onong. Menurut Onong pendengar adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi, sebagaimana di dalam suatu kelompok pada perkumpulan dengan keadaan menyebar, akan tetapi tetap tertarik perhatiannya kepada pesan dari media massa.<sup>52</sup> Dalam hal ini pendengar mempunyai minat untuk mendengarkan radio, karena radio merupakan media yang mudah dan murah untuk di nikmati. Oleh karenanya, pendengar merupakan pihak yang paling penting dalam komunikasi siaran. Berikut ini adalah jenis pendengar radio:

1. Berdasarkan kelas ekonomi, pendengar sama dengan konsumen siaran. Pendengar telah memakai produk siaran berdasarkan waktu dan akses yang mudah dalam menerima siaran radio.
2. Berdasarkan kelas sosial, terbagi menjadi dua yaitu menengah ke atas dan bawah. Pendengar menengah atas memiliki wawasan yang luas dan berpikir rasional serta berciri urban kota dengan selera beragam. Sedangkan menengah ke bawah memiliki ciri perdesaan, cara berpikir masih tidak rasional, dan selera terbatas.
3. Interaktif dan partisipasi yaitu pendengar yang spontan, pendengar pasif, tapi selektif. Pada pendengar jenis ini sering menjadikan siaran radio sebagai sahabat utama dalam menghabiskan waktu luang.

---

<sup>52</sup>Onong Uchjanan Effendy, *Op.cit*, hlm.67

## **N. Hambatan**

Taman Wisata Lembah Harau (TWLH) merupakan salah satu objek wisata di Kabupaten Lima Puluh Kota. Selanjutnya, penelitian ini akan membahas mengenai gambaran umum TWLH.

### **1. Hambatan Komunikasi**

Komunikasi merupakan faktor yang berkaitan dengan hubungan interpersonal seseorang yang mengandung arti, baik informasi, pikiran, pengetahuan, maupun lainnya, dari komunikator kepada komunikan.<sup>53</sup> Menurut Mulyana, komunikasi disebut efektif ketika pengirim atau sumber berhasil menyampaikan maksud yang dituju, sehingga dapat ditangkap dan dipahami oleh penerima.<sup>54</sup>

Namun, Effendy menyatakan bahwa tidak selamanya seseorang melakukan komunikasi dengan benar dan efektif. Ada banyak hambatan yang dapat memengaruhi komunikasi sehingga menghalangi kelancaran komunikasi.<sup>55</sup> Segala sesuatu yang menghambat proses komunikasi disebut gangguan. Penulisan huruf atau kalimat yang tidak sesuai dalam surat kabar, majalah, atau media daring akan menjadi gangguan bagi pembacanya.

Meski begitu, kebanyakan gangguan terjadi bukan dari sumber atau salurannya, melainkan dari audiensi (penerimanya).<sup>56</sup> Manusia sebagai komunikan

---

<sup>53</sup>Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2010), hlm. 20.

<sup>54</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT. Remaja R Offset, 2008), hlm. 71.

<sup>55</sup>Onong Uchjana Efendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Cita Aditya Bakti, 2003), hlm. 32.

<sup>56</sup>Mulyana, *Op.Cit.*, hlm. 69.

memiliki kebiasaan meremehkan sesuatu, salah menafsirkan, atau kurang mampu mengingat dengan jelas apa yang telah disampaikan komunikator. Berikut tiga faktor psikologis yang mendasari hal tersebut:

1. *Selective attention*, yakni seseorang cenderung mengekspos dirinya sesuai kehendaknya. Contoh, hendak membeli mobil, tetapi tidak berminat membaca iklan jual beli mobil.
2. *Selective perception*, yakni seseorang cenderung menafsirkan isi komunikasi sesuai prakonsepsi yang dipikirkan. Misal, *overthinking*.
3. *Selective retention*, yakni seseorang memahami suatu komunikasi dan mengingat apa yang ingin diingat. Misal, setelah membaca artikel, yang akan diingat hal yang jelek saja.

Berdasarkan ketiga faktor di atas, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya, komunikasi harus dikontrol oleh komunikator agar mudah disampaikan. Namun, komunikator tidak dapat mengontrol hal yang akan didengar atau dilihatnya dari audiens atau komunikan.

Dari pengertian para ahli di atas, hambatan komunikasi berarti segala bentuk permasalahan yang terjadi dalam proses penyampaian dan penerimaan suatu pesan, baik secara individu maupun kelompok, yang disebabkan faktor lingkungan, fisik, dan psikis.

## 2. Komponen Hambatan Komunikasi

Fajar menyatakan bahwa ada beberapa hambatan dalam komunikasi, yaitu:<sup>57</sup>

1. Hambatan komunikator. Misalnya, pesan belum tersampaikan jelas dari pengirim pesan. Hal ini dipengaruhi oleh perasaan atau situasi emosional individu.
2. Hambatan sandi/symbol. Misalnya, bahasa yang digunakan sulit dipahami sehingga mempunyai arti kata lebih dari satu, simbol yang disampaikan pengirim dengan penerima tidak sama bahasanya.
3. Hambatan media. Misalnya, gangguan sistem suara radio atau sinyal radio, sehingga tidak dapat diakses dan mendengar pesan dengan jelas.
4. Hambatan dari komunikan. Misalnya, kurang memperhatikan saat menerima dan mendengar pesan dari penerima pesan, karena sikap prasangka yang tidak sesuai dan tidak mencari informasi lebih lanjut.

## 3. Faktor Penghambat Komunikasi

Menurut Wursanto, komunikasi memiliki tiga hambatan berikut:<sup>58</sup>

1. Hambatan teknis, yaitu hambatan yang disebabkan berbagai faktor, semisal kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan dalam menyampaikan komunikasi; metode komunikasi yang tidak sesuai; dan

---

<sup>57</sup>Fajar M., *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Graham Ilmu, 2009), hlm. 30.

<sup>58</sup>Wursanto, *Dasar-Dasar Ilmu Organisasi* (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm. 33.

kondisi fisik individu yang tidak memungkinkan terjalannya komunikasi, seperti waktu, situasi, dan peralatan.

2. Hambatan semantik, yaitu hambatan yang disebabkan kesalahan penafsiran dalam memaknai bahasa, seperti kata-kata, kalimat, dan kode dalam proses komunikasi.
3. Hambatan perilaku, merupakan hambatan yang disebabkan bentuk sikap atau perilaku, baik dari komunikator maupun komunikan. Contoh:
  - Pandangan percaya diri sebelum mengetahuinya
  - Prasangka yang didasarkan dengan emosi
  - Berkuasa
  - Tidak ingin berubah
  - Egois

## **O. Penelitian yang Relevan**

Berdasarkan hasil studi kepustakaan, ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Penelitian tersebut sebagai berikut.

Sarinah pada tahun 2018 dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Dakwah Pesantren Jami’atul Qurro Palembang terhadap Konsistensi Akhlak Santri”. Tujuan dari penelitian untuk mendeskripsikan komunikasi dakwah di Pondok Pesantren Jami’atul Qurro dan untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah pesantren Jami’atul Qurro terhadap konsistensi akhlak santri. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dalam mendapatkan data berupa

kata-kata lisan, tulisan dan gambar agar menghasilkan penjelasan mengenai strategi komunikasi dakwah pesantren Jami'atul Qurro Palembang terhadap konsistensi akhlak santri. Strategi komunikasi dakwah yang digunakan pembina dan pengurus pondok pesantren Jami'atul Qurro Palembang dalam konsistensi akhlak santri adalah: menentukan komunikator, mengenal komunikan, menentukan materi, menentukan sumber dan menentukan metode. Dari hasil penelitian ini ialah dengan menggunakan strategi komunikasi dakwah tersebut dapat berhasil mencapai tujuan dengan baik, hal ini dapat dilihat dari perilaku santri tersebut dalam berakhlak baik bagi sesama santri, guru maupun masyarakat di luar, yang menunjukkan tidak pernah berubah menjadi lebih buruk, akan tetapi akhlak santri tersebut menunjukkan kemajuan yang lebih baik.<sup>59</sup>

Anggi Aswan Prinaldi pada tahun 2017 dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Radio Pemerintah Daerah Kuantan Singingi dalam Menarik Minat Pendengar”. Strategi komunikasi Radio Pemerintah Daerah Kuantan Singingi dalam menarik minat pendengar adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan untuk menarik minat pendengar sebanyak-banyaknya. Penelitian ini menggunakan metode deksriptif-kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian yang dilakukan yang dilakukan Radio Pemerintah Daerah Kuantan Singingi dalam menarik minat pendengar adalah dengan menyusun perencanaan seperti membuat program siaran yang menarik,

---

<sup>59</sup>Sarinah, “Strategi Komunikasi Dakwah Pesantren Jami'atul Qurro Palembang terhadap Konsistensi Akhlak Santri”, 2018.

menentukan target sasaran dengan melakukan survey ke lapangan, kemudian melakukan pelaksanaan yang telah direncanakan, dan melakukan evaluasi terhadap program siaran dan penyiar.<sup>60</sup>

Rafika Hidayat pada tahun 2017 dengan judul penelitian “Strategi Dakwah Radio Syiar Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam Meningkatkan Mutu Siaran Keagamaan Makasar”. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang selama ini telah dilakukan pihak Radio Syiar dalam meningkatkan mutu siaran yaitu dengan merumuskan format program siaran sebelum disiarkan. Dalam proses perumusannya, Radio Syiar juga melakukan survei. Caranya yakni membaca literatur dan mengenali perilaku audiens dengan melihat siapa saja yang berpartisipasi pada jalur interaktif radio.<sup>61</sup>

M. Rizki Majistra Abdi pada tahun 2016 dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Radio Dakwah dalam Memperoleh Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif pada Radio KITA 94,3 FM Cirebon)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang diterapkan Radio KITA dalam memperoleh pendengar. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Hasil penelitiannya yaitu menemukan bahwa strategi yang digunakan adalah strategi kesesuaian (*Compability*), strategi pembentukan kebiasaan (*Hobbit Formation*), strategi pengontrolan arus pendengar (*Control of Audience Flow*), strategi penyimpanan

---

<sup>60</sup>Anggi Aswan Prinaldi, “Strategi Komunikasi Radio Pemerintah Daerah Kuantan Singingi dalam Menarik Minat Pendengar”, 2017.

<sup>61</sup>Rafika Hidayat, “Strategi Dakwah Radio Syiar Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam Meningkatkan Mutu Siaran Keagamaan Makasar”, 2017.

sumber-sumber program (*Conservation of Program Resources*), dan strategi daya penarik massa (*Mass Appeal*).<sup>62</sup>

Adib Cahyono pada tahun 2015 dengan judul penelitian “Strategi Dakwah dalam Program Acara Nyantri on The Air di Radio Gesma 97,6 FM Kastasura Semarang”. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Hasil penelitiannya yaitu strategi dakwah yang dilakukan menggabungkan dua format, yakni program dialog interaktif dan musik religi, agar tidak membosankan. Selain itu, ada juga aliran radio dan sarana komunikasi untuk mempermudah tanya jawab dengan narasumber orang-orang yang berpengetahuan luas, baik agama maupun umum. Narasumber tetap memberi ciri khas dan ikon pada program ini. “*Hikmah di Balik Cerita*” merupakan pesan tambahan sebagai penutup dalam program acara *Nyatri on the Air*.<sup>63</sup>

Mega Gustia Helina pada tahun 2012 dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Paranti 105.6 FM Pandeglang dalam Mendapatkan Iklan”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Radio Paranti dalam mendapatkan iklan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif menggunakan beberapa langkah, yaitu pengumpulan data, penyusunan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam mendapatkan pengiklan, Radio Paranti menggunakan *Three Ways Strategy*, yakni *pull strategy* untuk membuat pengiklan tertarik memasang iklan produk mereka di Radio Paranti; *push*

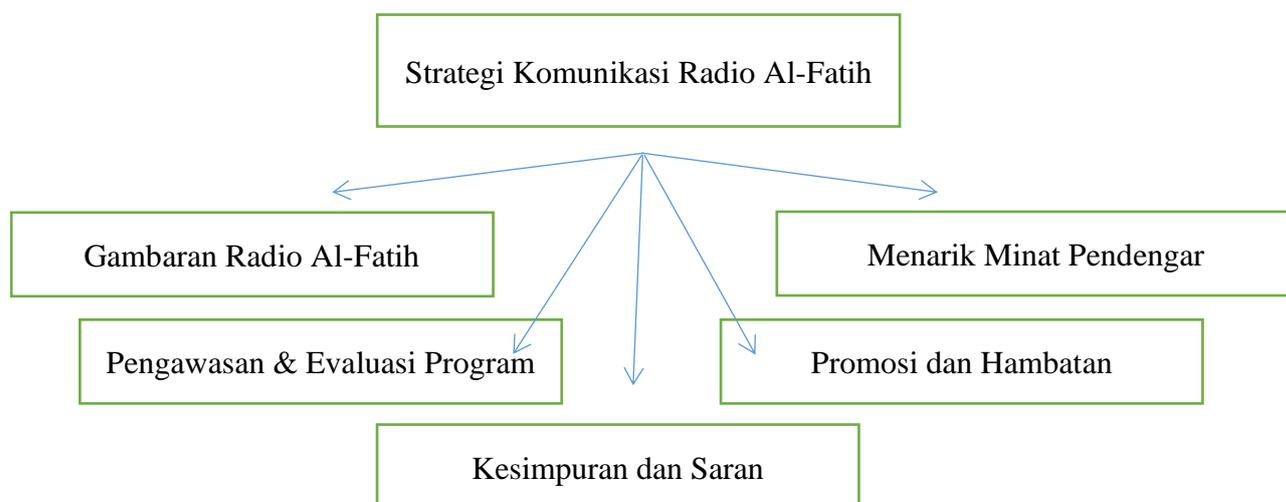
---

<sup>62</sup>M. Rizki Majistra, “Strategi Komunikasi Radio Dakwah dalam Memperoleh Pendengar (Studi Deskriptif Kualitatif pada Radio KITA 94,3 FM Cirebon)”, 2016.

<sup>63</sup>Adib Cahyono, “Strategi Dakwah dalam Program Acara Nyantri on The Air di Radio Gesma 97,6 FM Kastasura Semarang”, 2015.

*strategy* untuk mendorong rasa ketertarikan tersebut menjadi keinginan untuk bekerja sama; serta *pass strategy* untuk menciptakan opini publik yang positif dari masyarakat termasuk pengiklan. Penelitian ini menemukan bahwa Radio Paranti 105.6 FM Pandeglang menggunakan *pull strategy* dengan cara mengirimkan *company profile* Radio Paranti dan menyertakan surat penawaran dengan tidak mencantumkan *rate* harga terlebih dahulu yang bertujuan untuk menarik keingintahuan pengiklan akan Radio Paranti. Kemudian, *push strategy* dengan memberikan potongan harga dan negosiasi harga yang disesuaikan dengan kemampuan pengiklan.<sup>64</sup>

#### P. Kerangka Berpikir



<sup>64</sup>Mega Gustia Helina, "Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Paranti 105.6 FM Pandeglang dalam Mendapatkan Iklan", 2012.

### **BABI III**

#### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan cara membuat sesuatu yang dipersiapkan dengan sebaik-baiknya (dasar-dasar serta mencari fakta dan data secara kritis) untuk melakukan penelitian dan untuk mencapai tujuan penulis.<sup>65</sup> Penelitian menggambarkan metode atau langkah-langkah yang dilaksanakan, sumber data waktu penelitian, dan cara data tersebut dihimpun dan diolah.

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan digunakan penulis adalah *field research*, yaitu penelitian lapangan yang akan dilakukan dengan wawancara, observasi, dokumentasi, dan gambaran fakta yang terjadi di lapangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, sehingga penelitian ini berdasarkan gambaran secara sistematis faktual serta akurat mengenai fakta-fakta lapangan dan sifat-sifat yang berhubungan dengan fenomena dari hasil pengamatan.

---

<sup>65</sup>Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 65.

## **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penulis memilih lokasi penelitian dan tempat penelitian di Radio Al-Fatih yang bertempat di Kompleks Tasbih I, Jalan Setia Budi No. 35, Asam Kumbang, Kec. Medan Selayang, Kota Medan, Sumatra Utara 20122.

### **2. Waktu Penelitian**

Kegiatan penelitian ini dilakukan selama 4 bulan, dari bulan September sampai bulan Desember 2021.

## **C. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini ialah strategi komunikasi Radio Al-Fatih dalam menarik minat audiens untuk mendengarkan dakwah. Dari perkembangan teknologi yang begitu pesat pada zaman ini, media massa harusnya dapat digunakan sebagai sarana untuk mengembangkan penyiaran dakwah. Radio merupakan media massa yang cukup efektif untuk menyiarkan dakwah. Strategi yang digunakan akan dianalisis dengan strategi komunikasi dalam dakwah.

## **D. Sumber Data**

Untuk menghasilkan informasi yang akurat dan dapat menemukan permasalahan yang akan diteliti, diperlukan data yang tersusun dan valid. Adapun sumber data yang akan digunakan penelitian ini sebagai berikut:

## 1. Sumber Data Primer

Sugiyono menjelaskan bahwa sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber.<sup>66</sup> Artinya, subjek penelitian bersedia memberikan keterangan secara langsung kepada peneliti.

Sumber data ini berupa wawancara, yakni dialog antara peneliti dan sumber informasi perihal suatu objek. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghasilkan informasi langsung dari sumbernya.<sup>67</sup> Penulis melakukan dialog dan tanya jawab langsung dengan beberapa narasumber, sebagaimana dalam tabel berikut.

**Tabel 1.** Data Narasumber

No.	Nama	Jabatan
1.	Nazlan Azhari	Manajer di Radio Al-Fatih
2.	Safari Komono	Kepala Divisi Teknisi di Radio Al-Fatih
3.	Hidayat	Penyiar di Radio Al-Fatih

Selain itu, penulis juga melakukan dokumentasi, yaitu kegiatan pengambilan data berupa informasi dan kondisi lingkungan yang diperoleh melalui dokumen dengan izin. Penulis mencari dan mengumpulkan data yang berasal dari catatan maupun arsip yang berkaitan dengan objek penelitian, kemudian menganalisis dan mencermatinya sehingga penulis mampu memahami permasalahan tersebut.

<sup>66</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian* (Bandung, 2005), hlm. 308.

<sup>67</sup>Rachmat Kriantono, *Riset Komunikasi* (Jakarta, 2006), hlm. 56.

## **2. Sumber Data Sekunder**

Werang menjelaskan bahwa data sekunder adalah data yang sudah pernah diolah sebelumnya atau telah tersedia.<sup>68</sup> Data ini didapat dari sumber, seperti buku, jurnal, penelitian yang relevan atau penelitian terdahulu, serta data lainnya yang berkaitan dengan profil atau sejarah Radio Al-Fatih dan strategi komunikasi dalam menarik minat pendengar.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam rangka pengumpulan data dan memperoleh informasi, peneliti melakukan beberapa teknik, sebagai berikut.

### **1. Observasi**

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang akan diteliti. Observasi dilakukan oleh peneliti dengan cara pengamatan dan pencatatan mengenai pelaksanaan tiap program serta situasi dan kondisi di Radio Al-Fatih.

### **2. Wawancara**

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan bahan berita yang bertujuan untuk menggali informasi atau data mengenai suatu masalah atau peristiwa. Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur. Dalam hal ini, peneliti akan mewawancarai secara mendalam para informan/narasumber

---

<sup>68</sup>Werang, *Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial* (Yogyakarta, 2015), hlm. 111.

yang terkait dengan permasalahan penelitian ini.<sup>69</sup> Oleh karena itu, peneliti telah menyiapkan berbagai catatan yang berisikan terkait pokok-pokok pembahasan, seperti gambaran umum Radio Al-Fatih (pengubahan nama radio, aset radio, visi dan misi radio, dan berbagai program radio); model strategi Radio Al-Fatih; strategi penyiaran Radio Al-Fatih (faktor yang membuat radio dapat bertahan, peranan penyiar radio, dan *brand position*); jenis strategi Radio Al-Fatih; pengawasan dan evaluasi program di Radio Al-Fatih (standar program, proses pengaturan dan pengawasan, catatan/*record* program, dan pendanaan program); aktivitas promosi di Radio Al-Fatih (bentuk pesan promosi, sumber promosi, dan kecakapan penyiar); serta hambatan di Radio Al-Fatih. Selanjutnya, teknik dan prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini melalui bertatap muka antara peneliti dengan informan/narasumber.

### 3. Dokumentasi

Studi dokumen adalah catatan yang tertulis mengenai berbagai kegiatan atau peristiwa lampau<sup>70</sup>. Dalam hal ini, berbagai catatan yang berkaitan dengan penelitian, yaitu berkaitan dengan berbagai hambatan komunikasi yang dialami oleh penyiar, cara para ustaz atau pengisi program, pihak pengelola atau manajemen radio dalam mengatasi hambatan komunikasi, dan berbagai keberhasilan yang dilakukan dalam meningkatkan menarik minat pendengar.

---

<sup>69</sup>Asep Syamsul & M. Romli, *Broadcast Journalism Panduan menjadi Penyiar, Reposter, dan Script Writer*, (Bandung: Nuansa, 2010), hlm. 118.

<sup>70</sup>Rusydi Ananda, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Cita Pustaka Media, 2009), hlm. 146.

## **F. Analisis Data**

Analisis data merupakan sebuah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, kondisi lapangan, dan dokumentasi dengan cara pengelompokan data ke dalam kategori, lalu memilih mana yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan, sehingga mudah dimengerti oleh diri sendiri dan orang lain.<sup>71</sup> Untuk mempermudah analisis data yang akan dilakukan, peneliti menggunakan teknik berikut:

1. Pengodean, yaitu cara peneliti memberikan kode data yang dikumpulkan, seperti data hasil wawancara (W) dan dokumentasi (D).
2. Data reduksi, yaitu peneliti merangkum dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting untuk dicari tema dan polanya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.
3. *Display data*, yaitu analisis data yang tersusun dan dilakukan dengan cara deskriptif dan bersifat naratif sehingga mudah dipahami.

---

<sup>71</sup>*Ibid*, hlm. 69.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

Dalam bab ini, topik yang akan dibahas mengenai strategi komunikasi dan promosi Radio Al-Fatih serta berbagai hambatan yang dihadapi Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengarnya. Oleh karena itu, pembahasan berkaitan dengan gambaran umum Radio Al-Fatih, strategi komunikasi, strategi Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengar, aktivitas promosi, dan hambatan Radio Al-Fatih, sebagaimana dijelaskan dalam beberapa subbab berikut ini.

#### **A. Strategi Komunikasi dan Promosi Radio Al-Fatih dalam Menarik Minat Pendengar**

##### **1. Gambaran Umum Radio Al-Fatih**

Radio Al-Fatih merupakan stasiun radio swasta dan telah mendapatkan izin dari Komisi Penyiaran Indonesia daerah Kota Medan. Menurut Safari Komono, Kepala Divisi Teknisi di Radio Al-Fatih, radio ini telah berdiri sejak September pada tahun 2018 lalu, sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut.

“Sejarah radio berdiri 2018 awal di bulan September, ini sudah pematapan dari *owner* karena Radio ini suka berpindah-pindah, sebelumnya namanya Lips, pernah menjadi Radio Rock, dan beralamat di Jalan Kapten Sumarsono. Jadi, berkaitan dengan struktur radio, kepengurusan radio ini

berbeda-beda, tapi PT-nya Radio Andiko Suara Pingko-pingko yang berkedudukan di Desa bandarbaru, Siboloangit, Kabupaten Deli Serdang”.<sup>72</sup>

Berdasarkan informasi dari wawancara dengan Safari Komono di atas, dalam perkembangannya, Radio Al-Fatih telah mengalami perubahan nama dan bentuk dengan berbagai bentuk kepengurusan yang berbeda-beda, tetapi dengan satu perusahaan yang sama, yaitu PT Radio Andiko Suara Pingko-pingko yang berkedudukan di Desa Bandar Baru, Siboloangit, Kabupaten Deli Serdang.

Berdasarkan informasi dari Nazlan Azhari, Radio Al-Fatih tercatat sebanyak tiga kali dalam perubahan nama, yaitu pada tahun 2000-an, tahun 2012, dan tahun 2017, sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut.

“*Owner* ingin mengubah radio total dakwah karena mungkin orang yang rajin nge-*rock* jadi pengin ada sesuatu yang berbeda. Nah, pengin buat radio dakwah seutuhnya. Oh iya, radio ini mengalami perubahan nama sebanyak tiga kali, yaitu (tahun 2000-an), ganti radio kedua (tahun 2012), sampai ke Radio Al-Fatihnya itu (tahun 2017)”.<sup>73</sup>

Berdasarkan penjelasan dari wawancara dengan Nazlan Azhari di atas, perkembangan Radio Al-Fatih cukup menarik, misalnya dari penamaan radio ini dengan “Radio Lips”, “Radio Rock”, hingga “Radio Al-Fatih” yang berfokus terhadap dakwah. Menurut Nazlan Azhari, transformasi Radio Al-Fatih diperkuat melalui keinginan pribadi pemilik yang semula menyukai aliran musik *rock and roll* menjadi radio yang total dalam aktivitas dakwah. Hal tersebut karena pada saat

---

<sup>72</sup>Hasil Wawancara dengan Safari Komono (Kepala Divisi Teknisi di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 11.00 WIB.

<sup>73</sup>Hasil Wawancara dengan Nazlan Azhari (Manajer di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 09.00 WIB.

itu belum ada radio yang menyiarkan dakwah secara keseluruhan dalam tiap programnya di Kota Medan. Oleh karena itu, Radio Al-Fatih memiliki visi, yaitu menjadikan Radio Al-Fatih sebagai radio dakwah nomor satu di Kota Medan, khususnya di Sumatera Utara; dan misinya, yaitu pengembangan dakwah secara berkelanjutan melalui penyajian tausiah dan hadis yang berkualitas, sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut.

“Di Medan, belum ada radio yang *full* total dakwah. Nah, visi kami berawal dari sebuah keinginan mau jadi radio dakwah nomor 1 di Medan, khususnya Sumatera Utara; misi kami mengembangkan dakwah karena di Medan belum ada radio yang *full* totalitas”.<sup>74</sup>

Dalam upaya menarik minat, melalui motonya, yaitu “Membebaskan Hati, Merajut Silaturahmi”, Radio Al-Fatih kerap kali menawarkan landasan dakwah dalam tiap programnya. Eksistensi Radio Al-Fatih di Kota Medan telah memberikan sumbangsih dalam hal informasi, hiburan, dan khususnya siraman rohani bagi pendengarnya. Hal tersebut juga didukung melalui minimnya radio dakwah di Kota Medan sehingga keberadaan Radio Al-Fatih menjadi pilihan utama bagi masyarakat sekitar. Selanjutnya, Radio Al-Fatih memiliki rencana dalam perubahan statusnya, yaitu dari radio komunitas menjadi radio komersil. Hal ini menjadi menarik jika perkembangan Radio Al-Fatih ditinjau melalui strategi komunikasi dan promosi serta berbagai hambatan yang dihadapinya. Oleh karena

---

<sup>74</sup>Hasil Wawancara dengan Safari Komono (Kepala Divisi Teknisi di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 11.00 WIB.

itu, hal tersebut berkaitan dengan upaya Radio Al-Fatih dalam mempertahankan pendengar dalam tiap programnya.

Hal tersebut didasari atas jumlah stasiun radio yang makin meningkat sehingga diperlukan suatu strategi untuk menarik minat audiensi agar Radio Al-Fatih dapat bersaing dengan radio sejenis atau lainnya. Misalnya, terkait *rating* dan *brand image* suatu radio; suatu program radio (dapat berperan sebagai media audio, lagu, suara, penyiar, dan lain-lain); aktivitas promosi; upaya mengatasi hambatan (meremehkan suatu topik tertentu, salah penafsiran, dan kurang mampu memahami maksud dengan jelas); serta bentuk beberapa program, seperti berita, lagu, kata, dll menjadi penting dalam perkembangan Radio Al-Fatih.

## **2. Strategi Komunikasi Radio Al-Fatih**

Secara umum, keseluruhan program Radio Al-Fatih mengutamakan dakwah dalam penyiarannya. Dalam hal ini, terdapat beberapa aktivitas dan program yang dilakukan Radio Al-Fatih untuk pengembangan penyiarannya, sebagaimana dalam daftar program berikut.

1. Program Tausiah *Live*, yaitu “Mutiarra Qolbu *Live*”, diselenggarakan tiap Sabtu malam.
2. Program Tahsin Quran, diselenggarakan tiap Kamis dan Jumat, pada pukul 17.00 WIB sampai 18.15 WIB secara *live* di Studio Radio Al-Fatih.
3. Program Hikmah Sore *Live*, diselenggarakan tiap Senin dan Rabu, pukul 17.00 WIB sampai 18.15 WIB secara *live* di Studio Radio Al-Fatih.
4. Program Rekaman Suara Tausiah Ustaz di Kota Medan.

5. Program Pengulangan Kajian dari beberapa ustaz.
6. Hiburan untuk tiap program (musik, Murottal Al-Quran).
7. Program Sosial Radio Al-Fatih.

Namun demikian, kelanjutan dalam tiap program yang diselenggarakan oleh Radio Al-Fatih begitu berkaitan dan berhubungan dengan minat pendengarnya. Dalam hal ini, suatu strategi untuk menarik minat pendengar perlu dilakukan oleh Radio Al-Fatih. Hal ini karena peranan pendengar begitu penting dalam keberlanjutan suatu radio dan beberapa stasiun penyiaran kerap kali memperoleh keuntungan melalui pendengarnya. Oleh karena itu, Radio Al-Fatih perlu berfokus terhadap pengemasan yang menarik untuk tiap program siarannya; sesuai dengan kebutuhan pendengar dan kesesuaian terkait bentuk kebiasaan; serta kontrol program siaran di Radio Al-Fatih menjadi hal penting.

Berkaitan dengan strategi komunikasi di Radio Al-Fatih, terdapat indikator strategi komunikasi yang terdiri atas lima hal, yaitu memberi tahu, motivasi, mendidik, penyebaran informasi, dan mendukung pembuatan keputusan. Selanjutnya, berikut beberapa strategi komunikasi yang telah diterapkan oleh Radio Al-Fatih, sebagaimana penjelasan dalam tabel berikut.

**Tabel 2.** Strategi Komunikasi Radio Al-Fatih

No.	Strategi Komunikasi	Keterangan
1.	Memberi Tahu atau Penyebaran Informasi	Radio Al-Fatih terlibat dalam pengelolaan media sosial untuk mendukung dan mempermudah penyebaran informasi yang dimiliki. Radio Al-Fatih memiliki beberapa media sosial, seperti YouTube,

		Facebook, Instagram, dan <i>website</i> khusus.
2.	Motivasi dan Mendidik	Keseluruhan program Radio Al-Fatih berupaya memberikan motivasi atau aktivitas mendidik kepada tiap pendengarnya. Hal tersebut didukung melalui visi dan misi Radio Al-Fatih. Radio Al-Fatih memiliki visi untuk menjadi radio dakwah nomor satu di Kota Medan, khususnya di Sumatera Utara dengan misi pengembangan dakwah secara berkelanjutan melalui penyajian tausiah dan hadis yang berkualitas.
3.	Pembuatan Keputusan dan Ragam Program	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Radio Al-Fatih mengutamakan persoalan dakwah dengan pengemasan yang unik dan kreatif melalui berbagai program di Radio Al-Fatih yang diiringi Murottal Al-Quran.</li> <li>b) Salah satu program pendukung juga dilakukan oleh Radio Al-Fatih, yaitu Program Rekaman Suara Tausiah Ustaz di Kota Medan.</li> <li>c) Radio Al-Fatih melakukan pengemasan ulang dalam menyajikan berbagai Program Rekaman Suara Tausiah Ustaz di Kota Medan agar menghindari kobosanan para pendengarnya.</li> <li>d) Radio Al-Fatih berupaya mengambil perspektif lain yang menyoal bahwa musik itu haram bagi Islam.</li> <li>e) Radio Al-Fatih menerapkan penyiarannya melalui empat mazhab, tetapi tidak memihak terhadap keempat mazhab tersebut dan mengarah terhadap hal-hal yang lebih <i>general/umum</i>.</li> </ul>

		<p>f) Terdapat Program Tausiah Pendek yang berdurasi lima menit atau lima belas menit di Radio Al-Fatih.</p> <p>g) Radio Al-Fatih cukup selektif dalam mempertahankan kualitas programnya dengan menghindari para ustaz yang tergolong garis keras dalam menyuarakan agama Islam.</p> <p>h) Radio Al-Fatih memberikan berbagai pilihan waktu bagi pendengarnya.</p> <p>i) Radio Al-Fatih membuka suatu program agar berbagai mitranya dapat terlibat langsung melalui inisiasi program yang akan diusung nantinya, yaitu Program Sedekah Profesi.</p>
--	--	---

Dalam hal ini, strategi komunikasi Radio Al-Fatih dapat diukur melalui indikator tersebut. Oleh karena itu, beberapa program yang dicanangkan oleh Radio Al-Fatih telah dianalisis berdasarkan kelima indikator tersebut, sebagaimana penjelasannya dalam beberapa subbab berikut.

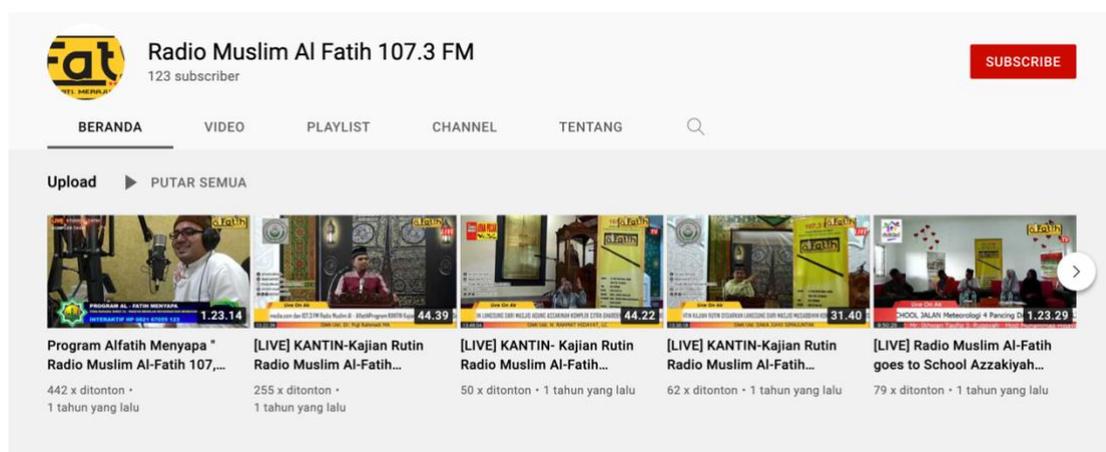
### **3. Memberi Tahu atau Penyebaran Informasi**

Salah satu tujuan utama strategi komunikasi adalah penyebarluasan informasi kepada masyarakat atau kepada audiensi sebagai sasaran dalam menarik minat pendengar dan memberikan informasi yang spesifik. Dalam hal ini, Radio Al-Fatih berupaya memberikan gambaran mengenai kapasitas dan kualitas informasi yang dapat diberikan kepada pendengar. Oleh karena itu, dalam mencapai tujuan tersebut, Radio Al-Fatih terlibat dalam pengelolaan media sosial untuk

mendukung dan mempermudah penyebaran informasi yang dimiliki. Radio Al-Fatih memiliki beberapa media sosial, seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan *website* khusus, sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut.

“Website khusus, yaitu [www.alfatih/media.com](http://www.alfatih/media.com) dan web kami masih aktif. Nah, bentuknya portal serta ada berita-berita Islam dan tentang Radio Al-Fatih. Selain itu, website juga dilengkapi dengan video streaming atau radio internet serta *owner* pernah ke Spanyol dan Barcelona dan pernah dengar radio itu di sana”.<sup>75</sup>

*Pertama*, berkaitan dengan YouTube, Radio Al-Fatih telah bergabung sejak 16 Maret 2018 dengan total sebanyak 2.298 kali berbagai video yang dimiliki telah ditonton dari pengikut Radio Al-Fatih. Pada saat ini (2021), Akun YouTube yang dimiliki oleh Radio Al-Fatih telah memiliki 123 *subscribers* dengan jumlah 42 video unggahan, sebagaimana dalam gambar berikut.



<sup>75</sup>Hasil Wawancara dengan Safari Komono (Kepala Divisi Teknisi di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 11.00 WIB.

**Radio Muslim Al-Fatih 107.3 FM**  
123 subscriber

BERANDA VIDEO PLAYLIST CHANNEL TENTANG

Upload PUTAR SEMUA URUTKAN

**Program Alfatih Menyapa \* Radio Muslim Al-Fatih 107,...**  
442 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] KANTIN-Kajian Rutin Radio Muslim Al-Fatih...**  
255 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] KANTIN- Kajian Rutin Radio Muslim Al-Fatih...**  
50 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] KANTIN-Kajian Rutin Radio Muslim Al-Fatih...**  
62 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] Radio Muslim Al-Fatih goes to School Azzakiyah...**  
79 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] Radio Muslim Al-Fatih goes to school SMA...**  
64 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] Radio Muslim Al-Fatih goes to School SMA...**  
38 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] KANTIN-Kajian Rutin Radio Muslim Al-Fatih...**  
38 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE]KANTIN-Kajian Rutin Radio Muslim Al-Fatih...**  
43 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] KANTIN-Kajian Rutin Radio Muslim Alfatih 107,3...**  
83 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[RECORD] Dari Pengajian ke Pengajian Radio Muslim...**  
62 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] Kantin-Kajian Rutin Radio Muslim Al-Fatih...**  
73 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] Mutiara Qolbu Radio Muslim Al-Fatih 107,30 FM**  
22 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[RECORD] Program Pengajian ke Pengajian...**  
39 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] Kantin - Kajian Rutin Radio Muslim Al-Fatih...**  
161 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[RECORD] Pengajian ke Pengajian Radio Muslim...**  
14 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] Kantin - Kajian Rutin Radio Muslim Al-Fatih...**  
44 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[Record] Pengajian ke Pengajian Radio Muslim...**  
57 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] Mutiara Qolbu Radio Muslim Al-Fatih 107,30 FM**  
27 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[KANTIN] Kajian Rutin Radio Muslim Al-Fatih 107,30 FM**  
88 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] Mutiara Qolbu Radio Muslim Al-Fatih 107,30 FM**  
17 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] Mutiara Qolbu Radio Muslim Al-Fatih 107,30 FM**  
13 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] Mutiara Qolbu Radio Muslim Al-Fatih 107,30 FM**  
7 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] Mutiara Qolbu Radio Muslim Al-Fatih 107,30 FM**  
9 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**[LIVE] Mutiara Qolbu Radio Muslim Al-Fatih 107,30 FM**  
16 x ditonton • 1 tahun yang lalu

**Gambar 1.** Tampilan Awal Akun YouTube Radio Al-Fatih Dan Beberapa Unggahan Video

*Kedua*, berkaitan dengan Facebook, pada saat ini (2021), Radio Al-Fatih telah memiliki 1.285 jumlah suka untuk halamannya dengan beberapa respons positif (13 respons) dari pendengarnya melalui kolom ulasan yang telah disediakan, sebagaimana dalam gambar berikut.

**RADIO Al-Fatih 107.3 FM**  
MEMBEBAHKAN HATI. MERAJUT SILATURAHMI

**Radio Al-Fatih 107.3 FM Medan**  
@radioalfatih1073medan · 5 (13 ulasan) · Komunitas

WhatsApp

Beranda Ulasan Tentang Video Lainnya

Suka Pesan

**Wulandari** merekomendasikan Radio Al-Fatih 107.3 FM Medan.  
26 September pada 18.00  
bagus ni radio Alfatih keren layak untuk di denger kalau bisa banyak kan ceramah singkat nya dari lagu lagu nya.

Suka Komentari Bagikan

**Agus Susiandi** merekomendasikan Radio Al-Fatih 107.3 FM Medan.  
18 Maret 2020  
Chanel radio muslim sangat layak untuk muslim

1 Suka Komentari Bagikan

**Fitri Rezkia Siregar** merekomendasikan Radio Al-Fatih 107.3 FM Medan.  
20 November 2019  
Radio yang recommended untuk di denger. bisa lebih banyak belajar mengenal agama Islam

Suka Komentari Bagikan

**Freky Mudjiono** merekomendasikan Radio Al-Fatih 107.3 FM Medan.  
14 Mei 2019  
belajar agama islam bisa dilakukan kapan saja. kontennya pun menarik.

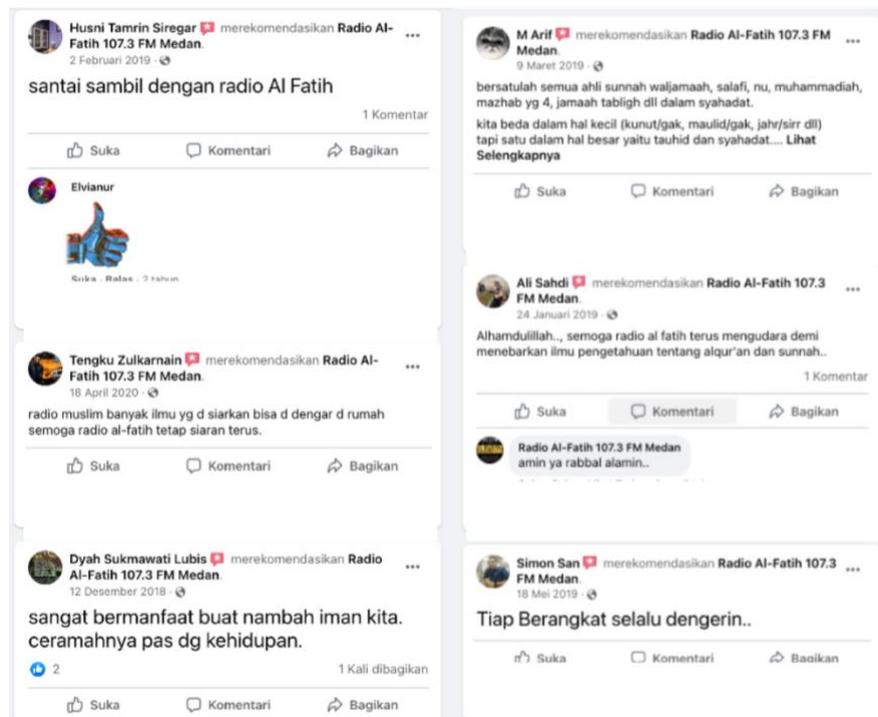
Suka Komentari Bagikan

**Hady Wibowo** merekomendasikan Radio Al-Fatih 107.3 FM Medan.  
19 Agustus 2019  
Bagus kita bisa belajar tarikh islam

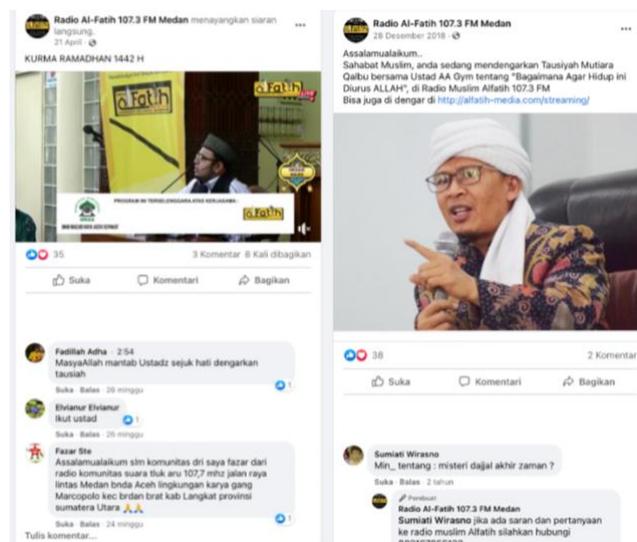
1 Suka Komentari Bagikan

**Indra Hakim Matondang** merekomendasikan Radio Al-Fatih 107.3 FM Medan.  
17 Maret 2019  
Konten agar lebih beragam

Suka Komentari Bagikan



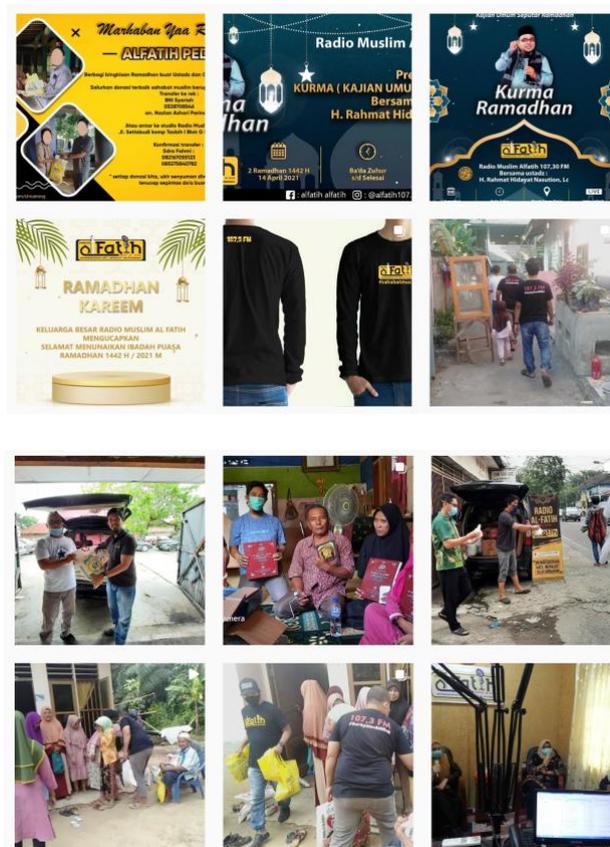
**Gambar 2.** Halaman Akun Facebook Radio Al-Fatih dan Beberapa Respons Pendengar



**Gambar 3.** Beberapa Program Siaran di Akun Facebook Radio Al-Fatih

*Ketiga*, berkaitan dengan Instagram, pada saat ini (2021), Radio Al-Fatih memiliki 412 *followers* dengan 65 jumlah unggahan kontennya. Dalam hal ini,

beberapa unggahan konten di akun Instagram Radio Al-Fatih berkaitan dengan informasi dan gambar dari berbagai aktivitas untuk beberapa program yang telah diselenggarakan, sebagaimana dalam gambar berikut.





**Gambar 4.** Beberapa Unggahan Konten di Akun Instagram Radio Al-Fatih

Berdasarkan hal itu, dapat dikatakan bahwa Radio Al-Fatih telah menyadari betapa pentingnya peranan media sosial dalam keberlangsungan tiap program bagi pendengarnya. Melalui pengoptimalan media sosial yang telah dilakukan oleh Radio Al-Fatih maka kapasitas serta kualitas informasi untuk beberapa program yang diselenggarakan akan menjadi lebih mudah untuk diterima dan diakses oleh pendengarnya.

#### 4. Motivasi dan Mendidik

Penyampaian sebuah informasi harus diupayakan untuk memotivasi dan mendidik masyarakat agar peduli. Berkaitan dengan hal itu, keseluruhan program Radio Al-Fatih berupaya memberikan motivasi atau aktivitas mendidik kepada tiap pendengarnya, sebagaimana dalam beberapa program berikut.

1. Program Tausiah *Live*, yaitu “Mutiara Qolbu *Live*”, diselenggarakan tiap Sabtu malam.
2. Program Tahsin Quran, diselenggarakan tiap Kamis dan Jumat, pada pukul 17.00 WIB sampai 18.15 WIB secara *live* di Studio Radio Al-Fatih.

3. Program Hikmah Sore *Live*, diselenggarakan tiap Senin dan Rabu, pukul 17.00 WIB sampai 18.15 WIB secara *live* di Studio Radio Al-Fatih.
4. Program Rekaman Suara Tausiah Ustaz di Kota Medan.
5. Program Pengulangan Kajian dari beberapa ustaz.
6. Hiburan untuk tiap program (musik, Murottal Al-Quran).
7. Program Sosial Radio Al-Fatih.

Dalam hal ini, Radio Al-Fatih berupaya untuk kerap terlibat terkait penyiaran dakwah bagi tiap pendengarnya. Hal tersebut didukung melalui visi dan misi Radio Al-Fatih. Radio Al-Fatih memiliki visi untuk menjadi radio dakwah nomor satu di Kota Medan, khususnya di Sumatera Utara dengan misi pengembangan dakwah secara berkelanjutan melalui penyajian tausiah dan hadis yang berkualitas. Oleh karena itu, berbagai bentuk motivasi dan bentuk ajaran baik mengenai Islam dapat ditemukan dalam berbagai program yang diusung oleh Radio Al-Fatih, khususnya bagi masyarakat muslim di Kota Medan dan sekitarnya.

### **5. Pembuatan Keputusan dan Ragam Program di Radio Al-Fatih**

Dalam hal ini, strategi Radio Al-Fatih berkaitan dengan pembuatan keputusan yang didukung oleh pihak manajemen, khususnya dalam pengelolaan tiap programnya. Oleh karena itu, terdapat beberapa aktivitas dan program yang dilakukan Radio Al-Fatih untuk pengembangan penyiarannya agar menarik minat pendengarnya. Dalam pengelolaan terkait berbagai pengemasan programnya, Radio Al-Fatih berupaya untuk mengutamakan persoalan dakwah dengan pengemasan yang unik dan kreatif. Berbagai program di Radio Al-Fatih, kerap kali

diiringi dengan Murottal Al-Quran. Hal ini bertujuan agar menjadi hiburan bagi pendengarnya, terkhusus penenang hati dan jiwa terhadap pendengar. Selain itu, dalam tiap program Radio Al-Fatih, terdapat musik Islami ketika menjelang azan. Dalam hal ini, Radio Al-Fatih berupaya untuk mendidik dan memotivasi para pendengarnya agar menjadi umat yang ber-*akhlakul karimah*.

Selanjutnya, beberapa program pendukung juga kerap kali dilakukan, misalnya Program Rekaman Suara Tausiah Ustaz di Kota Medan. Hal ini bertujuan agar pendengar memiliki banyak pilihan dalam mendengar berbagai program Radio Al-Fatih dan tidak mengalami kebosanan karena jenis program yang terkesan monoton. Namun demikian, Program Rekaman Suara Tausiah Ustaz di Kota Medan ini berkaitan erat dengan arsip siaran di Radio Al-Fatih. Hal itu karena arsip siaran tersebut bergantung oleh panggilan jemaah terhadap berbagai ustaz di Kota Medan serta melibatkan Radio Al-Fatih sebagai media dan mitra dalam proses perekaman kegiatan tersebut, sebagaimana informasi dalam wawancara berikut.

“Radio ini mengutamakan pendakwah yang baru (ustaz-ustaz ternama) agar menarik peminat pendengar. Kalau dengar YouTube kan butuh kuota. Jadi mereka mau sajikan dengan pemberian konten yang gratis. Jadi cuma dengar radio dan sesimpel itu. Ada perizinan dalam pengambilan video. Kalau dakwah itu boleh untuk menyiarkan, kalau untuk dikomersilkan enggak bisa. Jadi itu yang membuatnya terus bertahan dan tidak ada saingan. Jadi ini tergantung konten”.<sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> Hasil Wawancara dengan Nazlan Azhari (*Manager* di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 09.00 WIB.

Dalam menanggulangi minat pendengarnya, Radio Al-Fatih berupaya untuk melakukan pengemasan ulang dalam menyajikan berbagai Program Rekaman Suara Tausiah Ustaz di Kota Medan tersebut. Dalam hal ini, Radio Al-Fatih berupaya untuk menyajikannya dalam format yang berbeda. Oleh karena itu, peranan tersebut menjadi tanggung jawab besar bagi tim produksi. Dalam contoh kasus, tim produksi di Radio Al-Fatih kerap kali berupaya untuk menyajikan ulang terkait kajian kisah para nabi yang dibawakan oleh beberapa ustaz di Kota Medan. Hal tersebut diupayakan melalui penambahan narasi dan efek suara sehingga terkesan berbeda dari format sebelumnya. Berdasarkan hal itu, menurut Nazlan Azhari, tim produksi berperan penting dalam menarik minat pendengar Radio Al-Fatih melalui pengemasan program yang kreatif.<sup>77</sup>

Selanjutnya, berkaitan dengan pembuatan keputusan, Radio Al-Fatih berupaya mengambil perspektif lain. Dalam kasus ini, Radio Al-Fatih menyoal pernyataan bahwa musik itu haram bagi Islam, sebagaimana informasi dalam wawancara berikut.

“Arti nama menyuarakan (seperti menara masjid). Membebaskan hati, merajut silaturahmi (melalui udara) taglinenya radio. Makanya pakai 4 mazhab, tapi mereka lebih ke general/umum (tidak memihak gitu). Di sini juga ada Radio Arisalah (karena haram memutar musik) di Tanjung Morawa. Tapi radio ini *based on* ke sejarah 9 wali (main wayang dll). Soal musik itu haram (harus dikembalikan ke persoalan masing-masing). Jadi

---

<sup>77</sup>Hasil Wawancara dengan Nazlan Azhari (*Manager* di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 09.00 WIB.

mereka pakai konsep radio yang menarik (kalau tetap seperti itu, mereka tidak akan didengarkan)”.<sup>78</sup>

Dalam hal ini, salah satu radio yang dapat dikatakan mengharamkan musik dalam program penyiarannya ialah Radio Arrisalah yang berlokasi di Tanjung Morawa, Deli Serdang, Sumatera Utara. Namun demikian, jangkauan radio tersebut tidak sejauh jangkauan yang dilakukan oleh Radio Al-Fatih. Berdasarkan hal itu, Radio Al-Fatih berupaya melakukan pengamatan agar rencana yang telah ditetapkan dapat terlaksana dan memberikan kemudahan bagi pengelola radio untuk memilih berbagai alternatif dalam mencapai hasil yang baik.

Berkaitan dengan penamaan, Radio Al-Fatih dapat diartikan sebagai ‘suara’ atau ‘menyuarakan’ yang identik dengan ‘menara suatu masjid’. Dalam hal ini, Radio Al-Fatih berupaya mengambil perspektif lain melalui sejarah Islam yang diteruskan oleh sembilan wali. Hal itu karena perjalanan dalam penyebaran agama Islam dilakukan oleh para wali melalui aktivitas kesenian, seperti permainan wayang dan lain sebagainya. Pada umumnya, Radio Al-Fatih menerapkan penyiarannya melalui empat mazhab. Dalam hal ini, Radio Al-Fatih tidak memihak terhadap keempat mazhab tersebut, tetapi mengarah terhadap berbagai hal yang lebih *general*/umum. Menurut pihak manajemen Radio Al-Fatih, melalui penyampaian Nazlan Azhari, persoalan musik haram harus dikembalikan ke pihak masing-masing. Oleh karena itu, Radio Al-Fatih berupaya untuk menerapkan

---

<sup>78</sup>Hasil Wawancara dengan Safari Komono (Penyiar di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 10.00 WIB.

konsep penyiaran yang menarik agar berbagai program yang direncanakan dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat.<sup>79</sup>

Berkaitan dengan hal itu, salah satu program yang direncanakan oleh Radio Al-Fatih ialah Program Tausiah Pendek yang berdurasi lima menit atau lima belas menit. Dalam hal ini, Radio Al-Fatih kerap kali menghindari durasi penyiaran yang panjang (pada umumnya sekitar satu jam) untuk menciptakan kenyamanan serta durasi waktu bertahan para pendengarnya di Kota Medan dan sekitarnya. Oleh karena itu, berbagai program tausiah tersebut dilakukan di sela-sela pemutaran musik agar menciptakan antusias yang luar biasa bagi pendengarnya. Alasan tersebut didukung melalui tujuan dari Radio Al-Fatih, yaitu untuk menyadarkan pendengarnya yang membutuhkan siraman rohani atau berkaitan dengan pembelajaran keagamaan. Dalam hal ini, salah satu yang menarik dapat ditunjukkan melalui kalangan pendengarnya, yaitu kalangan orang tua yang ingin belajar mengenai agama Islam, bahkan mualaf termasuk sasaran pendengar yang tertarik belajar melalui siaran program Radio Al-Fatih, sebagaimana informasi dalam wawancara berikut.

“Radio ini ada tausiah pendek (5 menit atau 15 menit, jadi enggak harus 1 jam). Ini dilakukan pada saat di sela-sela lagu gitu karena tugasnya untuk menyadarkan orang tua mau belajar tentang agama. Radio ini tidak memutar ustaz-ustaz garis keras. Mualaf belajar Islam dari dari radio ini. Jadi mereka yang bertanya ke ustaz via radio ini”.<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup>Hasil Wawancara dengan Nazlan Azhari (*Manager* di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 09.00 WIB.

<sup>80</sup>Hasil Wawancara dengan Safari Komono (*Penyiar* di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 10.00 WIB.

Selanjutnya, dalam keberlangsungan programnya, Radio Al-Fatih cukup selektif dalam mempertahankan kualitas programnya. Hal tersebut dapat ditunjukkan melalui sikap selektif Radio Al-Fatih dalam menghindari para ustaz yang tergolong garis keras dalam menyuarakan agama Islam. Hal itu bertujuan agar semata-mata bagi pendengar yang masih dalam proses belajar dapat memahami agama Islam dengan mudah tanpa adanya berbagai hal lain yang melingkupinya. Dalam proses tersebut, para pendengar dapat terhubung langsung dengan para ustaz melalui telepon dan konsep interaksi lainnya.

Selain itu, dalam berbagai waktu program, Radio Al-Fatih memberikan berbagai pilihan bagi pendengarnya. Pada umumnya, waktu program di Radio Al-Fatih pada pukul lima sore (Murottal Al-Quran, Al-Fatih Menyapa, dan Tausiah Mutiara Kalbu) dan terdapat beberapa program lainnya dengan waktu yang tentatif, bahkan pada malam hari, sebagaimana informasi dalam wawancara berikut.

“Jam 5 mulainya (Murotla, Hikamh Sore, Alfatih Menyapa, Tausiah Mutiara Kalbu). Jamnya tentatif. Jam malam pun ada. Kalau Rabu biasanya *live* tausiah langsung sama ustaz. Senin itu masalah Fiqih. Selasa tasawuf. Rabu tentang nama-nama Allah. Ada program tahsin (belajar baca Alquran). Interaksinya by telpon. Ada program cerita nabi (dengan gaya yang singkat dan sederhana) jadi ini bukan dongeng atau cerita inspirasi anak muslim”.<sup>81</sup>

Dalam gambaran materinya, pada umumnya, Program Tausiah *Live* dilakukan langsung bersama ustaz dengan rincian, seperti pembahasan *fiqih* pada hari Senin; pembahasan *tasawuf* pada hari Selasa; pembahasan Asmaul Husna pada

---

<sup>81</sup>Hasil Wawancara dengan Safari Komono (Penyiar di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 10.00 WIB.

hari Rabu; program membaca Al-Quran pada hari lainnya; serta program cerita/kisah para nabi yang dibawakan dengan narasi yang singkat dan sederhana (cerita yang dikemas oleh Radio Al-Fatih bukanlah cerita dongeng, melainkan cerita motivasi atau inspirasi anak muslim). Oleh karena itu, berbagai program tersebut diharapkan dapat memberikan kebaikan bagi para pendengarnya.

Dalam pengembangan program radio yang variatif dan berdampak langsung terhadap sekitar, Radio Al-Fatih juga berupaya dalam pengembangan program sosial. Dalam hal ini, Radio Al-Fatih membuka suatu program agar berbagai mitranya dapat terlibat langsung melalui inisiasi program yang akan diusung nantinya, khususnya Program Sedekah Profesi. Misalnya, profesi fotografer yang bersedia untuk membantu berbagai acara dengan menggratiskan sesi pemotretan. Namun demikian, dalam keberlangsungannya, program tersebut perlu dikaji lebih lanjut oleh pihak pengelola manajemen di Radio Al-Fatih.

Selanjutnya, berbagai program lainnya ialah Program Sumbang Buku yang dilakukan secara massal pada akhir tahun, Program Sunat Massal yang dilakukan oleh para dokter di sekitar Kota Medan (pada umumnya, dilakukan untuk seratus anak laki-laki), sebagaimana informasi dalam wawancara berikut.

“Radio ini juga punya mitra yang seiklasnya kasih program. Ada sedekah profesi (misal, fotografer yang datang ke acara-acara, gratis foto). Jadi harus ada pengkajian dulu untuk program itu. Durasinya jam 9-10. Ada program sumbang buku. Setiap akhir tahun ada acara massal. Juga ada program-program dokter sunat massal gratis (misalnya untuk 100 anak). Jadi setiap acara itu enggak harus ada uang, jadi bersifat *open* bantuan/sedekah ke yang

lain. Jadi *positioning*-nya adalah sedekah profesi atau mengajak kebaikan”.<sup>82</sup>

Oleh karena itu, Radio Al-Fatih berupaya menunjukkan posisinya dalam keterlibatan langsung dengan sekitarnya. Hal itu ditunjukkan melalui program sosial yang telah direncanakan sehingga tidak hanya dalam bentuk materiel, tetapi uluran tangan dan bantuan langsung dari berbagai pihak dapat menjadi bentuk kebaikan lain yang ditawarkan oleh Radio Al-Fatih.

## **6. Strategi Radio Al-Fatih dalam Menarik Minat Pendengar**

Dengan mencoba melihat strategi Radio Al-Fatih secara berkelanjutan, dalam hal ini, suatu perencanaan dan manajemen begitu penting demi mencapai suatu tujuan atau visi dan misi Radio Al-Fatih, yaitu “Menjadi radio dakwah nomor satu di Kota Medan, khususnya di Sumatera Utara dengan misi pengembangan dakwah secara berkelanjutan melalui penyajian tausiah dan hadis yang berkualitas”. Oleh karena itu, Radio Al-Fatih perlu memahami bahwa strategi yang digunakan tidak hanya sekadar peta jalan untuk keberlangsungan radio saja, tetapi berperan sebagai petunjuk, khususnya dalam hal operasional.

Berdasarkan hal itu, terdapat beberapa pengembangan strategi melalui indikator strategi komunikasi yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu memberi tahu atau penyebaran informasi, memotivasi dan mendidik, serta pembuatan keputusan dan ragam program. Oleh karena itu, indikator tersebut dapat

---

<sup>82</sup>Hasil Wawancara dengan Safari Komono (Penyiar di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 10.00 WIB.

dikembangkan lebih lanjut untuk menarik minat pendengar di Radio Al-Fatih. Dalam hal ini, berikut beberapa strategi yang telah diterapkan oleh Radio Al-Fatih dalam upaya menciptakan program keberlanjutan manajemennya yang telah peneliti rangkum, sebagaimana dalam tabel berikut.

**Tabel 3.** Strategi Menarik Minat Pendengar Radio Al-Fatih

No.	Strategi Menarik Minat Pendengar	Keterangan
1.	Pendengar	Radio Al-Fatih berupaya memahami pendengarnya melalui (a) pengenalan jenis pendengar, (b) penyusunan kalimat terkait tema dan materi program siaran, serta (c) penentuan metode pelaksanaan
2.	Program Dakwah Islami	Radio Al-Fatih memiliki suatu strategi untuk menghibur dan memudahkan pendengarnya melalui pemutaran berbagai musik religi dan beberapa Program Tausiah Pendek berdurasi lima menit.
3.	<i>Value Brand:</i> Program Berkualitas	Radio Al-Fatih berupaya untuk menghindari narasumber atau program yang terkesan menghasut karena Radio Al-Fatih berada dalam posisi yang <i>general</i> .
4.	Penyiar Andal	Di Radio Al-Fatih, citra penyiar diibarkan dengan, “Makin cantik performa penyiarinya maka makin tampak kecantikan manajemen, kerja sama, dan standardisasi siaran yang ditetapkan di Radio Al-Fatih”.
5.	Perluasan Jangkauan Frekuensi	Radio Al-Fatih memiliki pemancar yang berada di beberapa daerah di Sumatera Utara.
6.	Media Sosial	Beberapa media sosial yang berhasil dikembangkan oleh Radio Al-Fatih:

		Instagram (@alfatih1073fm), Facebook (alfatihalfatih), YouTube (Radio Muslim Alfatih 107,3FM), dan <i>website</i> ( <a href="https://Alfatih-media.com">https://Alfatih-media.com</a> ).
7.	Pengarsipan	Radio Al-Fatih berupaya melakukan pengarsipan berbagai siaran programnya untuk penyajian ulang program baru nantinya.
8.	Metode Efektivitas Produksi	Penyajian ulang dan pengemasan menarik serta pemanfaatan berbagai sumber untuk bahan produksi siaran.
9.	Pengawasan dan Evaluasi Program	Sumber daya manusia terbatas di Radio Al-Fatih. Namun demikian, dalam hal struktur, Radio Al-Fatih terdiri atas <i>founder, manager, marketing team, programmer, penyiar, production house</i> , dan teknisi, dan penyiar.

*Pertama*, pendengar. Dalam hal ini, pendengar merupakan orang-orang yang menjadi sasaran komunikasi, baik dalam bentuk kelompok yang berkumpul di suatu tempat maupun dalam keadaan terpencar-pencar, tetapi sama-sama terpicat perhatiannya oleh suatu pesan dari media massa. Pendengar radio adalah pihak yang paling penting dalam konteks komunikasi siaran sehingga memahami bahwa jenis pendengar begitu penting dalam keberlangsungan berbagai program radio. Berdasarkan pernyataan dari Nazlan Azhari, Radio Al-Fatih berupaya memahami pendengarnya melalui (a) pengenalan jenis pendengar, (b) penyusunan kalimat terkait tema dan materi program siaran, serta (c) penentuan metode pelaksanaan.

Dalam hal ini, Radio Al-Fatih memiliki dua jenis pendengar, yaitu pendengar *on air* (FM) dan pendengar *streaming online*, sebagaimana informasi dari wawancara berikut.

“Radio Alfatih punya dua versi pendengar, pendengarnya FM. Kalau online, enggak bisa menjangkau yang FM (tapi bisa akses di *online*). Kadang bisa online lewat FB dan YouTube (cuma karena repot, mereka hanya di FM saja)”.<sup>83</sup>

Menurut Nazlan Azhari, hal ini dilakukan oleh tim pengelola dan manajemen radio untuk memberikan ragam pilihan bagi para pendengarnya.<sup>84</sup> Oleh karena itu, Tim Manajemen Radio Al-Fatih menciptakan dua jenis pendengar berdasarkan permasalahan yang dialami oleh pendengarnya, yaitu (1) ada pendengar yang tidak dapat menjangkau frekuensi radio (FM) sehingga opsi *streaming online* (melalui YouTube dan Facebook) menjadi pilihan yang tepat; dan (2) ada pendengar yang dapat menjangkau frekuensi radio (FM) karena keterbatasan pengetahuan dalam menggunakan media sosial atau bahkan gemar dalam mendengarkan siaran radio secara konvensional/sebagaimana mestinya.

Dalam penjelasan yang lebih lanjut, dua jenis pendengar Radio Al-Fatih, yaitu pendengar *on air* (FM) dan pendengar *streaming online* menunjukkan gambarannya dalam suatu data. Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui wawancara, pendengar *on air* berjumlah lebih dari 3.000 pendengar yang dikumpulkan melalui data SMS. Selain itu, Radio Al-Fatih juga memiliki kurang-lebih 300 pendengar *streaming online*. Dalam hal ini, kedua data tersebut berdasarkan jenis pendengar Radio Al-Fatih yang diperoleh melalui survei

---

<sup>83</sup>Hasil Wawancara dengan Nazlan Azhari (*Manager* di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 09.00 WIB.

<sup>84</sup>Hasil Wawancara dengan Nazlan Azhari (*Manager* di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 09.00 WIB.

lapangan. Namun demikian, Radio Al-Fatih belum melaksanakan survei lebih mendalam terkait upaya dalam mencermati tiap pendengarnya. Oleh karena itu, pembahasan lebih lanjut dapat menjadi peluang bagi peneliti lain yang tertarik untuk membahasnya.

*Kedua*, program dakwah Islami. Dalam hal ini, Radio Al-Fatih mengutamakan berbagai program siarannya untuk bergerak dalam dakwah. Hal tersebut juga sejalan dengan visi dan misi Radio Al-Fatih serta berupaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar dalam pemahaman agama Islam. Oleh karena itu, Radio Al-Fatih memiliki suatu strategi untuk menghibur dan memudahkan pendengarnya dalam memahami agama Islam, yaitu melalui pemutaran berbagai musik religi dan beberapa Program Tausiah Pendek berdurasi lima menit sehingga diharapkan dapat meningkatkan antusias pendengar dalam keberlanjutan mendengarkan berbagai siaran program lainnya di Radio Al-Fatih.

*Ketiga*, *value brand*: program berkualitas. Berkaitan dengan nilai suatu merek, Radio Al-Fatih kerap kali memperhatikan berbagai program siarannya agar tetap berkualitas. Dalam hal ini, salah satu upaya Radio Al-Fatih ialah selektif dalam pemilihan para ustaz yang nantinya sebagai narasumber dalam program terkait. Radio Al-Fatih berupaya untuk menghindari narasumber atau program yang terkesan menghasut. Hal itu karena Radio Al-Fatih berada dalam posisi yang *general*. Selain itu, Radio Al-Fatih juga mengutamakan para pendakwah baru atau ustaz terkenal (memiliki pengaruh besar dalam penyebaran agama Islam) agar menarik minat para pendengarnya.

*Keempat*, penyiar andal. Dalam keberlangsungan programnya, salah satu faktor utama di Radio Al-Fatih ialah peranan para penyiarnya. Dalam hal ini, penyiar adalah juru bicara di stasiun radio siaran. Di Radio Al-Fatih, citra penyiar diibaratkan dengan, “Makin cantik performa penyiarnya maka makin tampak kecantikan manajemen, kerja sama, dan standardisasi siaran yang ditetapkan di Radio Al-Fatih”. Dalam hal ini, Radio Al-Fatih ialah salah satu stasiun radio swasta yang berfokus dalam penyajian program siaran yang menarik melalui kemampuan penyiar yang andal, khususnya kemampuan dari Hidayat, salah satu penyiar di Radio Al-Fatih yang memiliki wawasan luas dan penyajian yang menenangkan para pendengarnya.

Hal tersebut dapat ditunjukkan melalui kepiawaian Hidayat dalam penciptaan kuis sebagai pemancing pendengar agar tetap setia mendengar siaran di Radio Al-Fatih. Selain itu, Hidayat juga berupaya dalam melakukan penyajian program secara rutin agar membentuk berbagai pola kebiasaan dan pola kenyamanan para pendengarnya melalui penjadwalan siaran radio yang telah dilakukan secara rutin. Hal ini juga berkaitan dengan permintaan jasa iklan di Radio Al-Fatih.<sup>85</sup>

*Kelima*, perluasan jangkauan frekuensi. Berkaitan dengan hal tersebut, Radio Al-Fatih berupaya untuk memperluas jangkauan frekuensi pemancarnya. Strategi ini dilakukan agar jangkauan pendengar Radio Al-Fatih berada dalam frekuensi yang lebih besar lagi. Melalui pernyataan dari Hidayat, Radio Al-Fatih

---

<sup>85</sup>Hasil Wawancara dengan Safari Komono (Penyiar di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 10.00 WIB.

memiliki pemancar yang berada di Bandar Baru, Deli Serdang.<sup>86</sup> Hal itu berdampak akan jangkauan siaran Radio Al-Fatih yang menjadi lebih luas lagi di Kota Medan dan sekitarnya, khususnya Deli Serdang dan sekitarnya, Serdang Berdagai dan sekitarnya, Karo dan sekitarnya, Berastagi dan Kabanjahe, Binjai dan Langkat juga Stabat, Pangkalan Susu dan Besitang, serta Tanjung Pura dan Pangkalan Brandan.

*Keenam*, media sosial. Radio Al-Fatih berupaya dalam pengoptimalan media sosialnya. Hal ini dilakukan untuk mendukung kesuksesan tiap program siaran di Radio Al-Fatih agar masyarakat terus diingatkan akan berbagai program yang akan datang. Beberapa media sosial yang berhasil dikembangkan oleh Radio Al-Fatih, antara lain, ialah Instagram (@alfatih1073fm), Facebook (alfatihalfatih), YouTube (Radio Muslim Alfatih 107,3FM), dan *website* (<https://Alfatih-media.com>) yang dikelola oleh Eko Fitri Brahmawati selaku koordinator untuk media sosial Radio Al-Fatih.

*Ketujuh*, pengarsipan. Dalam hal ini, Radio Al-Fatih berupaya untuk melakukan pengarsipan untuk berbagai siaran programnya. Hal ini bertujuan agar Radio Al-Fatih dapat melakukan pengemasan dan penyajian ulang terhadap program-program yang telah dilakukan sebelumnya. Oleh karena itu, penyajian dengan cara yang berbeda dan tuntutan kreativitas yang tinggi kerap kali dilakukan oleh tim produksi untuk menghindari kejenuhan para pendengarnya, sebagaimana akan dijelaskan dalam poin kesembilan di bawah ini.

---

<sup>86</sup>Hasil Wawancara dengan Hidayat (Kepala Divisi Teknisi di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 11.00 WIB.

*Kedelapan*, metode efektivitas produksi, berkaitan dengan strategi Radio Al-Fatih, dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa Radio Al-Fatih telah memenuhi lima indikator strategi komunikasi yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu memberi tahu, motivasi, mendidik, penyebaran informasi, dan mendukung pembuatan keputusan. Namun demikian, jika dilihat dalam pengelolaan programnya, Radio Al-Fatih memiliki suatu strategi yang cukup menarik dalam menarik minat pendengarnya, yaitu metode efektivitas produksi.

Menurut Hidayat, tim produksi berperan penting dalam menarik minat pendengar Radio Al-Fatih melalui pengemasan program yang kreatif. Selain itu, Hidayat juga berkedudukan sebagai penyiar di Radio Al-Fatih sehingga proses pengelolaan dan produksi suatu program di Radio Al-Fatih menjadi lebih mudah.<sup>87</sup> Menurut Nazlan Azhari, suatu strategi yang dapat diterapkan dalam keberlangsungan berbagai program di Radio Al-Fatih ialah kemampuan beradaptasi dan memanfaatkan berbagai sumber yang ada.<sup>88</sup> Salah contohnya ialah Program Rekaman *Live*, Safari Komono mengaku bahwa dalam proses produksinya terkesan sederhana sehingga pengoperasian program menjadi lebih cepat dilakukan dan dapat diterima oleh pendengar.<sup>89</sup>

Dalam program Rekaman *Live*, Hidayat dan tim berupaya untuk menyiapkan materi yang nantinya akan dibahas bersama narasumber pilihan. Dalam hal ini, pilihan narasumber berdasarkan latar belakangnya. Dalam contoh

---

<sup>87</sup>Hasil Wawancara dengan Safari Komono (Kepala Divisi Teknisi di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 11.00 WIB.

<sup>88</sup>Hasil Wawancara dengan Nazlan Azhari (*Manager* di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 09.00 WIB.

<sup>89</sup>Hasil Wawancara dengan Hidayat (Penyiar di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 10.00 WIB.

kasusnya, narasumber berlatar belakang dari tokoh masyarakat, seperti para pengusaha, polisi, atau bahkan masyarakat umum yang memiliki ide kajian/misi kebaikan. Akan tetapi, dalam proses penyiapan materinya, Hidayat dan tim mengaku bahwa berbagai sumber yang dipilih ialah suatu buku. Selanjutnya, buku tersebut akan dikonsep secara berkelanjutan dan dijadikan sebagai bahan siaran dengan model tematik dalam tiap minggu atau tiap siaran program terkait dengan pengemasan atau penyajian yang berbeda-beda.

Selain itu, dalam upaya penyiapan bahan materi, Radio Al-Fatih juga kerap kali memanfaatkan berbagai sumber informasi dari internet atau *website* Islami dengan beberapa penyajian artikel terkait atau berbagai hal yang dibutuhkan oleh tim produksi. Strategi ini merupakan pilihan bagi pengelola Radio Al-Fatih karena mengingat tim pengelola yang terbatas dan sumber daya manusia yang mumpuni dalam beban kerja ganda. Menurut Safari Komono dan tim, terdapat berbagai sumber yang dapat dioptimalkan, seperti situs YouTube untuk berbagai video pilihan, bahkan berbagai situs gratis yang menawarkan berbagai kajian terbaik tentang Islam. Oleh karena itu, Radio Al-Fatih dapat mengikuti perkembangan zaman, khususnya minat pendengarnya melalui alih wahana dari berbagai sumber tersebut ke siaran program radio (audio).<sup>90</sup>

Menurut Nazlan Azhari, strategi tersebut menjadi pilihan utama karena mengingat proses pengerjaannya yang terbilang cepat dan pendengar di Radio Al-Fatih menjadi lebih mudah untuk memahami materi/isi dari siaran program.<sup>91</sup> Hal

---

<sup>90</sup>Hasil Wawancara dengan Safari Komono (Kepala Divisi Teknisi di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 10.00 WIB.

<sup>91</sup>Hasil Wawancara dengan Nazlan Azhari (*Manager* di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 09.00 WIB.

tersebut dapat ditunjukkan melalui aktivitas interaktif antara pendengar dengan narasumber yang dibantu jalan acaranya melalui peranan penyiar radio. Aktivitas interaktif pun cukup beragam, baik melalui telepon langsung, SMS, maupun pesan dalam ruang WhatsApp. Oleh karena itu, Radio Al-Fatih tumbuh menjadi radio dengan pendengar yang telah ditargetkan. Hal tersebut juga sejalan dengan pernyataan dari Nazlan Azhari bahwa, pada dasarnya, Radio Al-Fatih tidak memiliki pesaing. Hal itu karena Radio Al-Fatih memiliki target yang tepat atau sesuai dengan berbagai program yang diusung, yaitu program-program keagamaan sehingga Radio Al-Fatih dapat bertahan hingga sekarang ini (2021), sebagaimana informasi dalam wawancara berikut.

“Radio tetap bertahan karena isitiqomah saja. Karena covid, usaha radio makin merosot. Jadi Radio ini ada subsidi silang karena ada produk atau bisnis lain karena ada pengaruh dari owner. Jadi produk tersebut dijual di radio ini. Target usia pendengar (30<sup>t</sup> tahun paling muda), semua golongan. Tapi memang ada pendengar yang mendengar di umur 10 thn sampai 70 thn. Ini karena religi, radio ini menyajikan program yang berkualitas. Program ini di luar dari program yang suka menghasut. Jadi ini lebih digemari karena bersifat general juga. Kalau enggak ada iklan, akan mati. Makanya terus bertahan”.<sup>92</sup>

*Kesembilan*, pengawasan dan evaluasi program. Dalam hal ini, Radio Al-Fatih berupaya melakukan pengawasan dan evaluasi untuk tiap programnya, terkhusus terhadap eksekusi program, seperti jadwal program/penayangan siaran dan operasional siaran (isi materi siaran, durasi penyiar, jumlah lagi, dan iklan). Hal

---

<sup>92</sup>Hasil Wawancara dengan Safari Komono (Kepala Divisi Teknisi di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 10.00 WIB.

tersebut yang menjadi tanggung jawab besar bagi pihak pengelola atau manajemen radio, misalnya persiapan standar program stasiun penyiaran; pengutamaan keseluruhan isi program sesuai dengan standar stasiun atau peraturan perundangan yang ditetapkan; catatan (*records*) program yang akan disiarkan; pengaturan dan pengawasan kegiatan karyawan departemen program; serta penetapan biaya program tidak melebihi kapasitas yang sudah dianggarkan.

Dalam hal ini, berdasarkan pernyataan dari Hidayat, tidak ada bagian khusus yang bertanggung jawab terhadap catatan (*records*) untuk berbagai program di Radio Al-Fatih.<sup>93</sup> Akan tetapi, terdapat program khusus untuk penyediaan catatan (*records*), seperti Program Al-Fatih Menyapa, Hikmah Sore, dan Program Siaran *Live* sehingga target radio menjadi tepat sasaran. Selanjutnya, terdapat Radio Bos (sebuah *player program*) yang disediakan untuk Program *On Air* agar dapat melakukan pemutaran ulang untuk program terbaru nantinya di Radio Al-Fatih. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa Radio Al-Fatih tetap memusatkan perhatian terhadap *bank content* untuk tiap program yang sedang atau telah dilakukan.

Selain itu, berkaitan dengan evaluasi program, pada umumnya, Radio Al-Fatih menerapkan evaluasi per tahun, yaitu dilakukan pada akhir tahun karena begitu banyak program radio yang perlu dilakukan. Hal ini juga didukung melalui sumber daya manusia yang terbatas di Radio Al-Fatih. Namun demikian, dalam hal struktur, Radio Al-Fatih terdiri atas *founder, manager, marketing team,*

---

<sup>93</sup>Hasil Wawancara dengan Hidayat (Kepala Divisi Teknisi di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 11.00 WIB.

*programmer*, penyiar, *production house*, dan teknisi, dan penyiar, sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut.

“Stafnya terdiri atas, *manager*, divisi marketing, bagian program, operator, penyiar, produksi/*production house*. Skemanya sistem *manager* yang membawahi semuanya. Tugas *manager*, yaitu mengelola radio ini atau *station manager*. Di bawahnya ada divisi program, program ini menentukan program apa yang akan dijalankan. Contoh program pengajian sebelum salat, misalnya murotal dulu sebelum ngaji-ngaji dengan waktu 15 menit. Kami juga menyusun *playlist* dari acara apa yang disiarkan hari ini. Soal instrumen dan lain-lain juga menjadi tanggung jawab dan tausiah (tugas Bang Fahmi). Penetapan lagu-lagu dan penetapan program-program apa saja dan siapa-siapa saja. Marketing bertugas mencari iklan karena penghasilan radio itu dari iklan agar pendengar mau beli produk terkait. Iklan ini berbayar. *Production house* bertugas untuk membuat iklan dengan versi yang berbeda-beda (misal versi dialog atau monolog) produksi harus berimajinasi tinggi. Kepada divisi teknik bertugas untuk memastikan semua perangkat dengan baik. Oh iya ada dua sistem atau transmisi dan pemancar besarnya ada di Sibolangit dan studionya ada di sini karena pakai *link*. Radio ini posisinya izinnya di Deli Serdang bukan di Medan (ini berdasarkan perizinan) dan pemancarnya ada di sana. Ada beberapa posisi yang enggak ada di radio ini: *operator*, *music director* (campur ke Bang Fahmi) serta yang ada cuma musik religi (ada hal-hal yang enggak bisa dijelaskan. Jadi, radio ini enggak khusus karena ada berbagai model musik atau model agama (umum). Kami menayangkan semua golongan. Penyiar tugasnya menyiar. Kepala divisi ini *multitalent* jadi bisa semua (juga megang penyiar). Bang fahmi juga bisa siaran”<sup>94</sup>

---

<sup>94</sup>Hasil Wawancara dengan Safari Komono (Kepala Divisi Teknisi di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 10.10 WIB.

Dalam pembagian tugas, *manager* bertanggung jawab dalam membawahi para staf/karyawannya atau mengelola radio dan *station manager*; *programmer* bertanggung jawab dalam penentuan program yang akan dijalankan, misalnya program pengajian sebelum salat (Murottal Al-Quran dengan durasi lima belas menit), menyusun daftar program yang akan disiarkan, dan menyusun daftar musik religi atau instrumen lainnya; *marketing team* bertugas dalam mencari instansi yang tertarik menggunakan jasa iklan di Radio Al-Fatih; *production house* bertanggung jawab dalam pembuatan iklan dengan konsep yang menarik (dialog atau monolog); teknisi bertanggung jawab dalam pemastian seluruh perangkat radio dalam keadaan baik, misalnya sistem transmisi dan lain sebagainya; serta penyiar yang telah dijelaskan sebelumnya dalam poin keempat. Namun demikian, terdapat beberapa prosesi yang tidak ada di Radio Al-Fatih, yaitu operator dan *music director*. Dalam hal ini, kedua posisi tersebut dibantu oleh tim teknisi, yaitu oleh Fahmi.

## **7. Aktivitas Promosi Radio Al-Fatih**

Salah satu strategi yang paling penting dalam keberlangsungan suatu radio ialah aktivitas promosi. Dalam industri penyiaran, perencanaan akan aktivitas promosi begitu berpengaruh dan berdampak besar. Berdasarkan hal itu, kondisi dan karakter audiensi menjadi pertimbangan penting bagi seorang penyiar radio. Dalam aktivitas promosi, Radio Al-Fatih tentu didukung oleh penyiar yang andal dan profesional untuk keberhasilan dalam berbagai program siaran. Aktivitas promosi erat kaitannya dengan peranan seorang penyiar, khususnya dalam menyampaikan berbagai bentuk pesan promosi dan sumber pesan dari promosi terkait. Hal tersebut

menjadi pertimbangan penting bagi Radio Al-Fatih karena memiliki tujuan dalam aktivitas promosinya, seperti menjaga perhatian pendengar, menjaga rasa ketertarikan pendengar, membangkitkan minat pendengar, dan mendapatkan aksi dari pendengar menjadi suatu pencapaian besar dari penyiar di Radio Al-Fatih.

Dalam keberlangsungan programnya, salah satu faktor utama di Radio Al-Fatih ialah peranan para penyiarinya. Dalam hal ini, penyiar adalah juru bicara di stasiun radio siaran. Di Radio Al-Fatih, citra penyiar diibaratkan dengan, “Makin cantik performa penyiarinya maka makin tampak kecantikan manajemen, kerja sama, dan standardisasi siaran yang ditetapkan di Radio Al-Fatih”. Dalam hal ini, Radio Al-Fatih ialah salah satu stasiun radio swasta yang berfokus dalam penyajian program siaran yang menarik melalui kemampuan penyiar yang andal, khususnya kemampuan dari Hidayat, salah satu penyiar di Radio Al-Fatih yang memiliki wawasan luas dan penyajian yang menenangkan para pendengarnya.

Hal tersebut dapat ditunjukkan melalui kepiawaian Hidayat dalam penciptaan kuis sebagai pemancing pendengar agar tetap setia mendengar siaran di Radio Al-Fatih. Selain itu, Hidayat juga berupaya dalam melakukan penyajian program secara rutin agar membentuk berbagai pola kebiasaan dan pola kenyamanan para pendengarnya melalui penjadwalan siaran radio yang telah dilakukan secara rutin.<sup>95</sup> Hal ini juga berkaitan dengan permintaan jasa iklan di Radio Al-Fatih. Oleh karena itu, penjelasan lebih lanjut akan dijelaskan melalui gambaran terkait iklan dan *partnership*.

---

<sup>95</sup>Hasil Wawancara dengan Hidayat (Penyiar di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 10.00 WIB.

Namun demikian, sejalan dengan upaya untuk mendapatkan iklan dan *partnership*, berdasarkan pernyataan dari Hidayat, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam peranannya sebagai seorang penyiar di Radio Al-Fatih. Hal tersebut berkaitan dengan indikator penting atau kesuksesan seorang penyiar di Radio Al-Fatih, sebagaimana dalam tabel berikut.

*Pertama*, olahan program. Dalam hal ini, Safari Komono kerap kali melakukan analisis terkait pendengarnya, baik materi yang dibutuhkan pendengar maupun hal-hal yang disukai pendengarnya. Oleh karena itu, hal tersebut dapat dijadikan sebagai SOP bagi penyiar di Radio Al-Fatih agar dapat dijadikan sebagai langkah acuan untuk terlibat dalam perencanaan awal.

*Kedua*, riset dan materi siaran. Safari Komono mengaku bahwa dalam proses ini, ia terlibat dalam pengumpulan materi musik dan data yang dibutuhkan, baik terkait narasumber maupun topik yang akan diangkat nantinya.

*Ketiga*, penulisan naskah siaran. Bagi Hidayat, penulisan naskah siaran di Radio Al-Fatih ada baiknya juga melibatkan seorang penyiar. Hal ini karena akan memudahkan penyiar terkait dalam menguasai isi program siaran nantinya.

*Keempat*, evaluasi tim. Selanjutnya, hal ini merupakan bagian penting dalam perkembangan suatu program siaran radio. Radio Al-Fatih kerap kali berupaya melakukan evaluasi bersama tim produksi untuk pengembangan dan berbagai kendala yang dialami selama penyiaran berlangsung. Bagi Nazlan Azhari, evaluasi program di Radio Al-Fatih berkaitan dengan kelemahan materi, teknis, serta koordinasi tim dan sebagainya. Oleh karena itu, Nazlan Azhari menyatakan bahwa

keempat poin ini menjadi acuan penting dalam keberlangsungan program, terkhusus berbagai kegiatan promosi di Radio Al-Fatih.<sup>96</sup>

Dalam hal ini, peranan penyiar di Radio Al-Fatih kerap kali berpengaruh dalam permintaan jasa iklan. Berdasarkan pernyataan dari Hidayat, peranan beliau sebagai penyiar dalam melakukan penyajian program secara rutin bagi para pendengarnya dapat meningkatkan permintaan jasa iklan. Oleh karena itu, makin lama mendengarkan program yang rutin disiarkan di Radio Al-Fatih maka akan berdampak besar bagi permintaan pengiklanan dari instansi tertentu sehingga Hidayat dan penyiar lainnya kerap kali menawarkan penyajian yang unik dan kreatif juga menyenangkan.

Bagi pihak manajemen di Radio Al-Fatih, berbagai permintaan jasa iklan dapat dilakukan dengan syarat tidak melanggar syariat yang berlaku atau halal. Berkaitan dengan teknisnya, iklan yang telah disepakati akan disiarkan secara berkala dalam tiap sesinya agar pendengar menjadi terbiasa melalui sisi psikologisnya sehingga tertarik untuk berpartisipasi atau membeli produk terkait. Selain itu, dalam hal *partnership*, Radio Al-Fatih juga bekerja sama dengan berbagai komunitas, sebagaimana informasi dalam wawancara berikut.

“Mungkin programnya enggak khusus gitu, yang khususnya Al-Fatih Menyapa dan Hikmah Sore yang berkaitan dengan Live Siaran. Tapi di sini ada Tahfis Quran. Oh iya ada program Sekolah to Sekolah (masjid ke masjid), jadi nanti di siarkan, tapi karena Covid jadi program itu ditiadakan. Fokusnya kasih motivasi dan materi-materi. Jadi PR-nya kumpulin massa.

---

<sup>96</sup>Hasil Wawancara dengan Nazlan Azhari (*Manager* di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 09.00 WIB.

Radio ini juga bekerja sama dengan tim-tim *charity*, cth Binjai Sedekah Bareng. Jadi Radio ini dijadikan sebagai media *partner*. Kalau dari program *on air*, ini dari radio bos (sesebuah program *player* untuk memutar setiap program). Rekaman produksi pakai beberapa alat”.<sup>97</sup>

Berdasarkan informasi dari wawancara dengan Safari Komono di atas, Radio Al-Fatih juga bekerja sama dengan beberapa komunitas *charity* atau komunitas yang terlibat dalam kegiatan amal. Dalam hal ini, Radio Al-Fatih terlibat sebagai *media partner* dalam menyuarakan kegiatan yang akan diusung.

## **B. Hambatan yang Dihadapi Radio Al-Fatih dalam Menarik Minat Pendengar**

### **1. Hambatan Radio Al-Fatih**

Berkaitan dengan hambatan, pada umumnya, Radio Al-Fatih telah berupaya dengan baik untuk mengatasinya. Menurut Nazlan Azhari, hambatan komunikasi dan berbagai faktornya dapat diatasi melalui kerja sama tim yang luar biasa. Berdasarkan informasi dari Nazlan Azhari, tidak ada hambatan yang berarti terkait hambatan komunikasi di Radio Al-Fatih, misalnya hambatan komunikator, hambatan sandi/symbol, hambatan media, atau bahkan hambatan dari komunikator.

98

Dalam pengoperasiannya, Radio Al-Fatih bekerja secara *istiqomah*. Dalam hal ini, pihak pengelola percaya dan yakin bahwa apapun yang dikerjakan dengan niatan yang baik maka akan memberikan hasil yang baik pula. Hal tersebut yang

---

<sup>97</sup>Hasil Wawancara dengan Safari Komono (Kepala Divisi Teknisi di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 10.10 WIB.

<sup>98</sup>Hasil Wawancara dengan Nazlan Azhari (*Manager* di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 09.00 WIB.

menciptakan target khusus bagi Radio Al-Fatih, sebagaimana informasi dalam wawancara berikut.

“Hambatannya enggak ada sebenarnya, jadi mengalir yang begitu-begitu saja. Di sini ada info program tentang hiburan. Kalau di luar sana ada dangdut, kalau kita ada dakwah 75% talkshow 10% dan lagu 10% Iklan 5%”.<sup>99</sup>

Hal itu dapat ditunjukkan melalui penerimaan dengan baik dari berbagai pendengarnya melalui konsep dakwah dengan persentase 75%, tausiah dengan persentase 10%, hiburan dengan persentase 10%, dan iklan dengan persentase 5%. Selain itu, berkaitan dengan sumber daya manusia, Radio Al-Fatih juga berupaya menekan beban anggaran melalui pengoptimalan peranan seorang HRD. Oleh karena itu, berbagai tanggung jawab seorang HRD dilakukan oleh pihak manajemen di Radio Al-Fatih, sebagaimana informasi dalam wawancara berikut.

“Proses pengaturan karyawan sebenarnya enggak ada peranan HRD. Jadi ini pekerjaannya merangkap-rangkap. Kalau ada HRD menambah *cost*. Misal Bang Fahmi menjadi HRD (jadi proses seleksinya dari masing-masing keputusan). Karyawannya punya 5 orang untuk sebuah PT”.<sup>100</sup>

Selanjutnya, dalam melihat eksistensi Radio Al-Fatih yang dapat bertahan hingga saat ini (2021), terdapat beberapa penyelesaian yang dilakukan oleh pihak manajemen, khususnya dalam upaya untuk bertahan pada masa pandemi. Pandemi Covid-19 telah menghambat berbagai sektor bisnis, khususnya di Radio Al-Fatih.

---

<sup>99</sup>Hasil Wawancara dengan Safari Komono (Kepala Divisi Teknisi di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 10.10 WIB.

<sup>100</sup>Hasil Wawancara dengan Nazlan Azhari (*Manager* di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 09.00 WIB.

Dalam hal ini, berkaitan dengan upaya Radio Al-Fatih dalam menghadapi permasalahan tersebut, Radio Al-Fatih telah menyiapkan subsidi silang untuk membantu keberlangsungan radio agar tetap memiliki pemasukan, sebagaimana informasi dalam wawancara berikut.

“Koleksi dari YouTube, atau beberapa *live* yang sebelumnya pernah dilakukan. Kalau lakuin acara, kita *record*, jadi dijadikan sebagai *bank content*. Kalau evaluasi per tahun (di akhir tahun karena programnya enggak banyak). Ada program bagi-bagi sembako (menjelang Ramadhan). Pembiayaan program itu dari manajer. Jadi, semua program itu pendanaannya dari *owner*, misal 10jt untuk per bulan (gaji karyawan, listrik, dll). Selanjutnya, ada bantuan dana usaha karena pakai jasa iklan radio. Jadi, sumber dananya dari subsidi silang dari anak perusahaannya... Radio ini enggak pakek sumbangan. Semuanya murni dari owner. Strategi radio, yaitu sebenarnya enggak bersaing karena *segmented*, pendengarnya khusus. Agamanya khusus. Nah ini yang membuat dia tetap bertahan. Makanya fokusnya ke program yang berkualitas”.<sup>101</sup>

Radio Al-Fatih memiliki produk dari bisnis lain melalui peranan juga sumbangsing dari pemilik radio. Oleh karena itu, melalui pernyataan dari Nazlan Azhari, Radio Al-Fatih dapat berdiri dengan baik hingga saat ini karena upaya subsidi silang produk yang telah dijelaskan sebelumnya sehingga Radio Al-Fatih belum pernah menerima bantuan dalam bentuk sumbangan dan lain sebagainya karena murni peranan dari pemilik radio.

---

<sup>101</sup>Hasil Wawancara dengan Nazlan Azhari (*Manager* di Radio Al-Fatih). Rabu, 29 September 2021. Pukul 09.00 WIB.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dalam bab sebelumnya, pembahasan berkaitan dengan gambaran umum dan strategi komunikasi radio dalam menarik minat pendengar, aktivitas promosi, serta hambatan Radio Al-Fatih. Oleh karena itu, berikut beberapa kesimpulan mengenai strategi komunikasi Radio Al-Fatih dalam menarik minat pendengarnya dan hambatannya.

1. Strategi adaptif atau kesesuaian (*compability*), Radio Al-Fatih mempertimbangkan kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar melalui (a) pengenalan jenis pendengar, (b) penyusunan kalimat terkait tema dan materi program siaran, serta (c) penentuan metode pelaksanaan. Strategi *hobbit formation*, yaitu Radio Al-Fatih berfokus terhadap pembentukan berbagai kebiasaan untuk pendengarnya melalui Program Dakwah Islami dan *value brand*: program berkualitas dengan pemutaran berbagai musik religi dan beberapa Program Tausiah Pendek berdurasi lima menit serta menghindari narasumber atau program yang terkesan menghasut karena berada dalam posisi yang *general*. Strategi *mass appeal*, yaitu Radio Al-Fatih mempertimbangkan daya tarik pendengarnya untuk memaksimalkan keuntungan melalui penyiar yang andal, perluasan jangkauan frekuensi, dan media sosial, serta pengoptimalan media sosialnya, seperti Instagram,

Facebook, YouTube, dan *website* khusus radio sebagai media promosi. Strategi *control of audiens flow*, yaitu Radio Al-Fatih begitu memperhatikan dalam kontrol arus pendengarnya melalui aliran keluar (*outflow*), aliran ke dalam (*inflow*), aliran tetap (*flow trough*), *tuning* inertia, dan demografis melalui upaya pengarsipan, metode efektivitas produksi serta pengawasan dan evaluasi program.

2. Tidak ada hambatan yang berarti di Radio Al-Fatih, selain pengemasan konsep radio, sumber daya manusia, manajerial kelangsungan radio/eksistensi radio, dan metode efektivitas produksi. Salah satu strategi Radio Al-Fatih dalam menyikapi hambatannya ialah penerapan konsep dakwah dengan persentase 75%, tausiah dengan persentase 10%, hiburan dengan persentase 10%, dan iklan dengan persentase 5%. Berkaitan dengan sumber daya manusia, Radio Al-Fatih berupaya menekan beban anggaran melalui pengoptimalan peranan seorang HRD sehingga berbagai tanggung jawab HRD dilakukan oleh pihak manajemen di Radio Al-Fatih. Berkaitan dengan eksistensi di Pandemi Covid-19, Radio Al-Fatih menyiapkan subsidi silang untuk membantu keberlangsungan radio agar tetap memiliki pemasukan. Selanjutnya, metode efektivitas produksi diterapkan melalui penyajian ulang dan pengemasan menarik serta pemanfaatan berbagai sumber untuk bahan produksi siaran (*planning, collection, writing, vokal recording, mixing, and on air*). Selanjutnya, pengawasan dan evaluasi program, yaitu berkaitan dengan efek suara (*sound effect*) dan musik. Hal itu berkaitan dengan eksekusi program di Radio Al-Fatih, seperti jadwal

program/penayangan siaran, operasional siaran/*format clock* atau panduan isi acara, seperti isi materi siaran; durasi penyiar; jumlah lagu; kata dan iklan, serta iklan (*insert*).

Berdasarkan poin-poin di atas, Radio Al-Fatih erat kaitannya dalam pengupayaan suatu strategi komunikasi melalui perencanaan, taktik, dan rumusan yang akan digunakan untuk mencapai tujuan, yaitu menarik minat pendengarnya. Oleh karena itu, strategi tersebut dijalankan untuk menentukan target yang diinginkan serta memperinci masalah atau kondisi yang sedang dihadapi.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi kemajuan dan perkembangan serta perencanaan strategi komunikasi di Radio Al-Fatih.

1. Berkaitan dengan peranan manajer dan manajemen di Radio Al-Fatih, upaya untuk memaksimalkan subsidi silang menjadi hal penting. Hal itu erat kaitannya dengan keberlangsungan berbagai program siaran karena Radio Al-Fatih tetap memiliki pemasukan, khususnya dalam situasi darurat atau tidak terduga seperti pandemi Covid-19. Selain itu, berkaitan dengan sumber daya manusia, Radio Al-Fatih perlu mempertimbangkan struktur perusahaannya melalui beberapa talenta pekerja. Radio Al-Fatih memiliki tim pengelola yang terbatas. Namun demikian, meski terdapat sumber daya manusia yang mumpuni dalam beban kerja ganda, Radio Al-Fatih

berpeluang mengalami kendala di berbagai waktu karena hambatan dari stafnya, seperti sakit atau halangan lainnya.

2. Berkaitan dengan pendengar/masyarakat, Radio Al-Fatih perlu menyiapkan tim khusus yang bertanggung jawab terhadap minat pendengarnya. Dalam hal ini, perlu dilakukan survei dan lain sebagainya terkait kebutuhan pendengar agar Radio Al-Fatih dapat mempertimbangkan kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan khalayak pendengar. Metode ini dapat diterapkan melalui pengenalan jenis pendengar, penyusunan kalimat terkait tema dan materi program siaran, serta penentuan metode pelaksanaan.
3. Berkaitan dengan tim intern, khususnya penyiar, hal tersebut sejalan dengan pengawasan dan evaluasi program, Radio Al-Fatih perlu mempertimbangkan kembali terkait kesiapan penyiar. Hal ini perlu dipertimbangkan kembali sesuai dengan perkembangan minat pendengar sehingga penting sekali membuat survei kepuasan atau kotak saran dan masukan dari pendengar agar penyiar di Radio Al-Fatih selalu mendapatkan ruang di hati/minat pendengar.

Berdasarkan hal itu, perencanaan dan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Radio Al-Fatih dapat berjalan dengan baik dan dapat menarik minat pendengarnya. Oleh karena itu, visi dan misi Radio Al-Fatih, yaitu menjadikan Radio Al-Fatih sebagai radio dakwah nomor satu di Kota Medan serta pengembangan dakwah secara berkelanjutan melalui penyajian tausiah dan hadis yang berkualitas dapat diwujudkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adib Cahyono, 2015. *Strategi Dakwah Dalam Progam Acara Nyantri On The Air di Radio Gesma 97,6 Fm Kartasura*. Skripsi.
- Ahmad Anas, 2006. *Paradigma Dakwah Kontemporer, Aplikasi dan Praktisi Dakwah sebagai Solusi Problematika Kekinian*. Semarang: Pustaka Rizki Putra.
- Anwar Arifin, 1984. *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico.
- Asep Syamsul, M. Romli, 2004. *Broadcast Journalism*. Bandung: Yayasan Nuansa Cendikia.
- Asumsi Syukir, 1983. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlas.
- Dedi Mulyana, 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Deddy Mulyana, 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Offset.
- Dewi Sadiyah, 2015. *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Didin Hafidhuddin, 2001. *Dakwah Aktual*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Din Wahid dan Jamhari Makruf, 2017. *Suara Salafisme Radio Dakwah di Indonesia*. Ciputat: PT Kharisma Putra Utama.
- Fred R David, 2006. *Manajemen Strategi, Ed ke-10*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hafied Cangara, 2012. *Pengantar Komunikasi*. Jakarta: Rajawali.
- Husaini Usman dan Purnama Setiady Akbar, 2006. *Metologi Penelitian Hukum*. Bandung: Alfabeta.
- Ikatan Bankir Indonesia, 2015. *Strategi Komunikasi*. Jakarta: Gramedia.
- Jafar Putih Saifullah, 2010. *Dakwah Tekstual*. Yogyakarta: AK Group.
- Khomsahrial Romli, 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo.

- McQuail, Denis and Mark Deuze. 2020. *Mcquail's Media & Mass Communication Theory (Seventh Edition)*. Los Angeles: SAGE.
- Mohd. Suhaimi 2012. "Islam and Media", Asian Social Science Journal. Vol. No 7.
- Morissan, 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Munir. 2003, *Metode Dakwah*, Jakarta: Prenada Media.
- M. Quraish Shihab, 2001. *Membumikan Al-Quran, Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan.
- Onong Uchjana Efendi, 2003, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Cita Aditya Bakti.
- Rafika Hidayat, 2017, *Strategi Dakwah Radio Syiar Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam Meningkatkan Mutu Siaran Keagamaan*. Skripsi.
- Rachmat Kriantono, 2006, *Riset Komunikasi*, Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Radio Al-Fatih FM,"Tentang Radio Al-Fatih" diakses dari <http://alfatih-media.com/company/tentang-kami.html> pada Tanggal 18 Juli 2021 Pukul 08.00.
- Rafika Hidayat, 2017, *Strategi Dakwah Radio Syiar Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Dalam Meningkatkan Mutu Siaran Keagamaan*, Skripsi
- Rahayu Puji Suci, 2015, *Esensi Manajemen Startegi*, Zifatma Publisher: Malang.
- Rewol, 1996, *Startegi Promosi Pemasaran*, Jakarta : Renika Cipta.
- Rizki Majistra Abdi, 2016,*Strategi Komunikasi Radio Dakwah Dalam Memperoleh Pendengar ( Studi Deskriptif Kualitatif Pada Radio KITA 94,3 FM Cirebon)*, Skripsi.
- S. Anshari, 1976, *Pokok-pokok Pikiran tentang Islam*, Jakarta: Interprises.
- Sugiyono, 2005,*Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Toha Yahya Omar, 2016, *Islam dan Dakwah Cet. Ke-II*. Jakarta: PT. Al-Mawardi Prima.
- Tommy Supratmo, 2006, *Berkarier di bidang Broadcasting*, Yogyakarta: Media Pressindo.

Usep Kustiawan, 2016, *Media Radio sebagai Media Pembelajaran*, Malang: Gunung Samudra.

Walgito, 2010, *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Wirayanto, 2009, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : Grasindo.

Zaidan dan Abdul kariem, 1998, *Ushul ad-Dakwah*, Jakarta: Ar-Risalah.

Zamroni Muhammad, 2009, *Filsafat Komunikasi*, Yogyakarta : Graha Ilmu.

## **LAMPIRAN**

### **A. Subjek Narasumber**

- Nazlan Azhari (Manajer di Radio Al-Fatih)
- Safari Komono (Kepala Divisi Teknisi di Radio Al-Fatih)
- Hidayat (Penyiar di Radio Al-Fatih)

### **B. Daftar Pertanyaan Narasumber**

#### **Gambaran Umum Radio Al-Fatih**

1. Pada tahun 2010, Radio Al-Fatih bernama Radio Lips FM; lalu, pada tahun 2018, berganti menjadi Radio Al-Fatih. Mengapa demikian?
2. Apakah Radio Al-fatih memiliki website khusus?
3. Di mana saya bisa menemukan profil lengkap Radio Al-Fatih?
4. Apa visi dan misi Radio Al-Fatih?
5. Radio dapat menjadi media bagi ahli dakwah dalam penyebaran nilai-nilai Islam. Bagaimana Radio Al-Fatih dalam menyebarkan nilai-nilai Islam?
6. Apa saja bentuk program Radio Al-Fatih? Tuliskan dengan lengkap nama program dan jam tayangnya.
7. Apakah ada program lain yang sedang direncanakan?
8. Apa yang membuat program tersebut terus dilaksanakan?

#### **Model Strategi Radio Al-Fatih**

1. Bagaimana model strategi Radio Al-Fatih?
  - \* Apakah seperti radio yang merencanakan sasaran untuk menghadapi pesaing dalam rangka mencapai tujuan? (Strategi Linear).
  - \* Atau seperti radio yang berubah dan menampung apa yang diminati oleh konsumen? (Strategi Adaptif).
  - \* Atau juga seperti radio yang motivasi kepada pihak terkait dalam organisasinya? (Strategi Interperatif).

2. Hal ini berkaitan dengan program Radio Al-Fatih (yang dapat berperan sebagai media audio, lagu, suara, penyiar, dan lain-lain). Bagaimana minat audiensi Radio Al-Fatih?
3. Apakah benar, Radio Al-Fatih memiliki 2 jenis pendengar, yaitu pendengar *on air* dan pendengar *streaming online*. Boleh dijelaskan untuk ini? Dan bagaimana dalam tiap programnya?
4. Setahu saya, belum dilakukan survei untuk tiap pendengarnya karena belum mampu dalam aktivitas persuasif (gaya bahasa dan keakraban penyiarinya masih minim). Bagaimana Radio Al-Fatih menyikapi hal tersebut?

### **Strategi Penyiaran Radio Al-Fatih**

1. Apa yang membuat Radio Al-Fatih tetap bertahan hingga saat ini?
2. Jumlah stasiun radio makin meningkat sehingga diperlukan suatu strategi untuk menarik minat audiensi agar dapat bersaing. Bagaimana strategi Radio Al-Fatih untuk itu?
3. Terkait dengan *brand position*, bagaimana Radio Al-Fatih menempatkan dirinya terhadap pendengar?
4. Penyiar berperan penting dalam keberhasilan radio sehingga akan berpengaruh terhadap *rating* dan *brand image* suatu radio. Bagaimana dengan Radio Al-Fatih? Mohon dijelaskan terkait kualifikasi tiap penyiarinya.
5. Setahu saya, Radio Al-Fatih ada rencana untuk mengubah status dari 'komunitas' menjadi 'radio komersil', apakah benar? Mohon dijelaskan.

### **Jenis Strategi Radio Al-Fatih**

1. Dalam jenis strategi radio, kita mengenal ada 3 hal, yaitu
  - \* Sistem program
  - \* Program produksi dan pembelian, serta
  - \* Eksekusi program
 Mohon dijelaskan terkait itu?
2. Bagaimana sistem program Radio Al-Fatih? Apakah seperti ini?

- \* *Planning* (jelaskan)
  - \* *Collectiong* (jelaskan)
  - \* *Writing* (jelaskan)
  - \* *Vokal recording* (jelaskan)
  - \* *Mixing* (jelaskan)
  - \* *On Air* (jelaskan)
  - \* *Evaluation* (jelaskan)
3. Apakah Radio Al-Fatih ada program info hiburan? Jelaskan ya.
  4. Apakah Radio Al-Fatih ada program *talk show*? Jelaskan ya.
  5. Apakah Radio Al-Fatih ada program produksi siaran berita/informasi? Jelaskan ya.
  6. Apakah Radio Al-Fatih ada program iklan? Jelaskan ya.
  7. Apakah Radio Al-Fatih ada program *jingle*? Jelaskan ya.
  8. Apakah Radio Al-Fatih ada program interaktif dengan pendengar? Jelaskan ya.
  9. Bagaimana Radio Al-Fatih mempresentasikan efeksuara, kata-kata lisan, dan musiknya ke pendengar?
  10. Bagaimana eksekusi program di Radio Al-Fatih? Jelaskan terkait poin-poin di bawah ini.
    - \* Isi materi siaran (jelaskan)
    - \* Durasi penyiar (jelaskan)
    - \* Jumlah lagu (jelaskan)
    - \* Kata (jelaskan)
    - \* Iklan (jelaskan)
    - \* *Insert* (jelaskan)

### **Pengawasan dan Evaluasi Program**

1. Bagaimana standar program di Radio Al-Fatih? Boleh dijelaskan skemanya?
2. Bagaimana proses mengatur dan mengawasi kegiatan karyawan di Radio Al-Fatih? Apakah ada peranan HRD atau manajer radio saja?

3. Apakah ada catatan (*records*) dari program yang akan disiarkan? Jadi, evaluasi dapat dilakukan dengan baik. Apakah ada?
4. Bagaimana biaya dalam tiap program di Radio Al-Fatih? Siapa yang memastikan dan bertanggung jawab terhadap itu?
5. Bagaimana pendanaan untuk tiap programnya?

#### **Aktivitas Promosi Radio Al-Fatih**

1. Aktivitas promosi dan upaya mengatasi hambatan (meremehkan suatu topik tertentu, salah penafsiran, dan kurang mampu memahami maksud dengan jelas) merupakan hal penting. Bagaimana Radio Al-Fatih menangani hal itu?
2. Bagaimana bentuk pesan promosi di Radio Al-Fatih?
3. Sumber pesan promosi berasal dari mana saja?
4. Apakah pendengar tertarik dalam aktivitas promosi di Radio Al-Fatih?
5. Bagaimana kecakapan penyiar dalam aktivitas promosi di Radio Al-Fatih?

#### **Hambatan Radio Al-Fatih**

1. Apa saja hambatan yang dialami oleh Radio Al-Fatih?
2. Apakah ada hambatan komunikator dari penyiar?
3. Apakah ada hambatan sandi/symbol?
4. Apakah ada hambatan di media?
5. Apakah ada hambatan lainnya?