

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Media massa sebagai sarana komunikasi yang telah menjadi penghubung bagi hampir setiap manusia di seluruh penjuru dunia saat ini, dan juga telah membawa perkembangan teknologi komunikasi ke dunia yang lebih luas sekarang. Hampir semua orang di dunia pasti menggunakan yang namanya media massa, walau hanya sekedar untuk menghilangkan penat dengan hiburan-hiburan seperti musik dan internet, ataupun mendapatkan informasi-informasi terkini melalui berita yang disiarkan, mustahil rasanya kalau kita tidak menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari.¹

Komunikasi menjadi semacam jembatan penghubung antara manusia, hal ini terjadi mengingat semakin besarnya kebutuhan masyarakat akan informasi yang akan menambah pengetahuan mereka dalam menghadapi pesatnya perkembangan zaman. Salah satunya yaitu media komunikasi massa yang dapat mendukung proses penyiaran adalah media elektronika yaitu Radio. Pengelolaan stasiun penyiaran radio perlu berhati-hati dan cermat dalam menentukan konsep format dan program sebagai upaya agar pendengar tertarik pada program yang disiarkan.²

¹ Johanis Benyamin Putra Palit, "Strategi RRI Manado dalam Meningkatkan Minat Pendengar Program 2 (Pro 2) di Kota Manado," Jurnal: *Acta Diurna Komunikasi* Vol 8, No. 2 (2019): 1. <https://ejournal.unsrat.ac.id/indek.php/actadiurnakomunikasi/article/download/23347/23039>, (diakses pada 22 November, pukul 13:40 Wib).

² Mariyatul Qibitiah, "Strategi Radio Dalam Mempertahankan Menat Pendengar (Studi Deskriptif Pada Program Siaran Kopi Dandut Pagi RDI Banjarbaru)," <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/3196/1/ARTIKEL-dikonversi.pdf> (diakses pada 27 Maret, pukul 16:30 Wib).

Menurut Deddy Mulyana, mengapa komunikasi sangat penting. Bahwa ilmu komunikasi semakin memiliki posisi yang penting dalam pengembangan dan pengkajiannya selaras dengan perkembangan peradaban, karena itu ada tiga alasan. *Pertama*, komunikasi sebagai ilmu yang mengajarkan pengetahuan dan keterampilan dengan berbagai konsentrasi seperti jurnalis, presenter radio, TV dan lain sebagainya. Selain itu ilmu komunikasi sekarang dan masa yang akan datang semakin luas pengkajiannya. *Kedua*, komunikasi sebagai peneliti, yaitu sebagai bidang ilmu yang dapat mengkaji berbagai masalah sosial yang terjadi dalam masyarakat sebab fenomena komunikasi terdapat dalam setiap lapisan dan aktivitas kehidupan manusia. *Ketiga*, komunikasi sebagai keterampilan, keterampilan komunikasi atau kompetensi komunikasi mengacu pada kemampuan berkomunikasi secara efektif. Komunikasi sangat berperan penting dalam meningkatkan prestasi individu dalam sebuah instansi untuk kemajuan karier dan juga mencapai keharmonisan dalam kehidupan sosial. Ada beberapa faktor yang menentukan sukses seseorang antara lain: keterampilan komunikasi lisan atau tulisan, bekerja antar tim, mampu menangani perubahan.³

Bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas-diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berfikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan. Namun menurut Scheidel tujuan yang paling dasar kita berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan.⁴ Komunikasi itu dimulai dari suasana saling

³ Ahmad Sultra Rustan Nurhakki Hakiki, *Pengantar Ilmu Komunika*s (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2017), 2-3.

⁴ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Satu Pengantar* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2014), 4.

percaya yang menciptakan oleh pihak komunikator secara sungguh-sungguh untuk melayani khalayak atau pendengar yang memiliki keyakinan dan *respect*.

Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.⁵ Strategi komunikasi juga sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.⁶

Saat ini Radio merupakan media auditif (hanya bisa didengar), tetapi murah, merakyat, dan mudah dibawa atau didengarkan di mana-mana, radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinatif, sebab sebagai media yang buta, radio menstimuli begitu banyak suara, dan berusaha memvisualisasi suara penyiar ataupun informasi faktual melalui telinga pendengarnya.⁷

Strategi komunikasi bisa dapat dilakukan oleh siapapun agar bisa mendapatkan komunikasi yang berhasil, termasuk yang dilakukan di Radio Salsabila 94,1 FM Sampang. Radio bermunculan seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), seperti radio dan media lainnya. Selain itu radio yang memang sudah ada saat ini menjadi penghibur bagi masyarakat atau khalayak pendengar. Radio Salsabila 94,1 FM Sampang merupakan radio lokal yang berdiri

⁵ Dinda Helsa Novia, "Strategi Komunikasi Penyiar Radio SLA FM 105.6 MHZ Takengon Kabupaten Aceh Tengah Dalam Meningkatkan Minat Pendengar," Jurnal: *Social Opinion* Vol. 4 No 1 (April, 2019): 2.

<http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socialopinion/article/view/236>

⁶ Irene Silviani Dkk, *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)* (Surabaya: Media Pustaka, 2021), 22.

⁷ Arintya Gantini Putri, "Loyalitas Pendengar Radio Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Radio Dahlia 101.5 FM Bandung)," Jurnal: *Purnama Berazam* Vol. 2, No 2 (April, 2021): 8.

<http://ejurnal.universitaskarimun.ac.id/index.php/ILKO/article/view/338>

pada tanggal 9 Desember 2000, dengan pemancaran menggunakan jaringan PT. Radio Pas Navaka. Radio Salsabila 94,1FM dengan tagline “Radionya Orang Madura” memiliki banyak program untuk pendengar. Program tersebut meliputi program harian, mingguan, dan khusus seperti:

1. Program Harian

- a. Lintas Berita Salsabila, yang meliputi penyampaian berita
- b. DANSA (Dangdut Salsabila) yang meliputi hiburan-hiburan musik
- c. SMS (Sajian Musik Santai)
- d. Nuansa Madura, yang meliputi musik-musik Madura
- e. CANDA, yang meliputi hiburan-hiburan musik pop
- f. NADA, (Lagu Padang Pasir)
- g. Tartilur Qur’an (Belajar Mengaji)
- h. ATM (Anjungan Tembang Malam) merupakan program yang meliputi lagu pop *flashback* mulai dari era 2000-2022 dan curhatan
- i. TTM (Teman Tidur Malam) program yang meliputi lagu-lagu dangdut klasik dan nostalgia

2. Program Mingguan

- a. *Talk Show*

3. Program Khusus

- a. *Event Outdoor*

b. Program Ramadhan

Strategi-strategi komunikasi yang diterapkan Radio Salsabila 94, 1FM Sampang dalam program “Nuansa Madura” sehingga saat ini masih bertahan selama

22 tahun lamanya. Hal ini tidak lepas dari aspek komunikasi yang dilakukan untuk menarik pendengar. Seiring dengan munculnya media yang berbentuk audio visual seperti televisi dan media sosial maupun media streaming. Radio Salsabila Sampang masih tetap bertahan dan bisa bersaing dengan media lainnya.

Radio salsabila 94,1 FM sebagai radio lokal tentu menjalani program yang disesuaikan dengan segmentasi atau kebutuhan masyarakat daerah. Radio Salsabila dengan frekuensi 94,1 FM ini sebagai satu-satunya radio milik swasta di Kabupaten Sampang yang mengembangkan program Nuansa Madura. Program Nuansa Madura adalah salah satu program di Radio Salsabila Sampang yang memutar lagu lokal berbahasa Madura dan dibawakan oleh penyiar dengan berbahasa Madura. Program ini bertujuan untuk melestarikan dan tetap menjaga seni dan budaya warga Madura, mulai dari bahasa dan karya Putra Putri Madura yang tertuang melalui musik.

Program siaran “Nuansa Madura” di Radio Salsabila FM Sampang dirancang sebagai bentuk hiburan kepada publik atau pendengar masyarakat Madura untuk mendengarkan lagu-lagu madura. Program “Nuansa Madura” ini di minati oleh masyarakat madura, sebagaimana pada data yang diberikan oleh pihak perusahaan bahwa pendengar pada program Nuansa Madura di Radio Salsabila selama kurun waktu tiga tahun, pendengar di program Nuansa Madura setiap harinya jika dilihat dari Atensi (SMS dan WA) di program Nuansa Madura pendengarnya sekitar 100-150 yang ikut bergabung, dan juga tidak hanya melalui (SMS dan WA) tetapi juga menerima lewat telfon, karena waktunya terbatas untuk menerima telfon maka setiap harinya 10 penelfon setiap hari di program Nuansa Madura.

Program Nuansa Madura di Radio Salsabila Sampang tidak hanya menemani pendengar setianya melalui frekuensi 9,41 FM, tapi juga melalui layanan streaming, sehingga masyarakat bisa mengakses program tersebut dengan menggunakan internet dimanapun, tanpa menggunakan radio. Sehingga masyarakat sangat tertarik untuk mendengarkan program “Nuansa Madura”.⁸

Dari kejadian atau fenomena di atas yang sudah di jelaskan mendorong peneliti untuk lebih memberikan gambaran secara mendalam tentang “Strategi Komunikasi Radio Salsabila 94, 1 FM Sampang dalam Menarik Minat Pendengar Pada Programm Nuansa Madura.

Jadi, dapat dipahami bahwa strategi komunikasi Radio Salsabila FM Sampang, yang membawakan program Nuansa Madura, sama halnya dengan banyak Radio yang tetap eksis di era digital ini, Radio Salsabila FM Sampang tetap menjaga dalam berkomunikasi dengan benar, agar apa yang di sampaikan oleh seorang penyiar mempunyai dampak ketertarikan dalam program Nuansa Madura. Radio Salsabila FM selalu melakukan pembaharuan dalam menyampaikan program Nuansa Madura, seperti disesuaikan dengan pendengar setianya.

Dari segi itulah Radio Salsabila FM untuk menarik minat pendengar di program Nuansa Madura tentu tidak jauh dari strategi yang sekiranya berdampak terhadap masyarakat agar tertarik untuk mendengar lagu-lagu Madura dan salam sapa di program Nuansa Madura, dan strategi tersebut seperti, strategi komunikasi, bahwa pesan apa yang telah di sampaikan dalam Radio Salsabila FM Sampang, agar

⁸ Fahromi Nashihuddin, News Maneger Radio Salsabila FM Sampang, *Wawancara Langsung* (16 Juni 2022)

mempunyai efek terhadap masyarakat, dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh perusahaan di Radio Salsabila FM Sampang.

Peneliti mengambil Radio Salsabila FM Sampang dalam penelitiannya, karena Radio Salsabila FM Sampang merupakan Radio swasta yang berada di Kabupaten Sampang, yang tentunya memiliki program Nuansa Madura yang perlu di pertahankan pada program tersebut (Nuansa Madura). Untuk itu mendorong peneliti untuk melakukan penelitian secara mendalam tentang strategi komunikasi Radio Salsabila 94,1 FM dalam menarik minat pendengar pada Program Nuansa Madura.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks diatas, dapat dikemukakan fokus penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi radio salsabila 94,1 FM dalam menarik minat pendengar pada program Nuansa Madura?
2. Bagaimana respon pendengar terhadap program Nuansa Madura yang di sampaikan Radio Salsabila FM Sampang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi radio salsabila dalam menarik minat pendengar pada program Nuansa Madura?
2. Untuk menganalisa bagaimana respon pendengar terhadap program nuansa madura yang di sampaikan Radio Salsabila 94,1FM Sampang?

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan manfaat bagi yang berpihak, yaitu:

1. Secara Akademis

Dalam hal ini berupaya untuk menambah, memperjelas dan mengembangkan tentang ilmu strategi komunikasi terutama di bidang penyiaran radio. Serta memberikan kontribusi yang baik yang berkaitan dengan strategi komunikasi dalam menarik pendengar di radio.

2. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan bagi penelitian yang akan datang tentang strategi komunikasi dalam menarik minat pendengar di radio. Dan juga sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca tentang strategi komunikasi tentang menarik minat pendengar di radio.

E. Definisi Istilah

1. Strategi

Menurut Hornby (1969) strategi merupakan kiat merancang operasi di dalam peperangan, seperti cara-cara mengatur posisi atau siasat berperang. Secara umum sering dikemukakan bahwa strategi merupakan suatu teknik yang digunakan untuk mencapai tujuan.⁹

2. Komunikasi

Sedangkan komunikasi merupakan proses penyampaian gagasan dari seseorang kepada orang lain. Pengirim pesan atau komunikator memiliki peran yang paling

⁹ Iskandarwassid, *Strategi Pembelajaran Bahasa* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2009), 2-3.

menentukan dalam keberhasilan komunikasi, sedangkan atau penerima pesan hanya sebagai objek yang pasif.¹⁰

3. Radio

Radio (istilah secara umum) dalam kehidupan sehari-hari digunakan sebagai sarana penyampaian informasi, suara yang kita dengar dari pesawat radio merupakan perubahan bentuk energi elektromagnetik dari gelombang radio yang ditangkap oleh pesawat radio, kemudian diubah melalui *loudspeaker* (pengeras suara) menjadi energi bunyi sehingga bisa kita dengar.¹¹

4. Respon

Respon merupakan reaksi komunikasi sebagai dampak atau pengaruh dari pesan yang disampaikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Umpan balik langsung disampaikan komunikasi secara verbal, yaitu dengan kalimat yang diucapkan langsung dan non verbal melalui ekspresi wajah atau gerakan tubuh.¹²

5. Minat

Menurut Mapiarre, minat merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran antara perasaan, harapan, pendirian, rasa takut, rasa suka atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan seseorang kepada suatu pilihan tertentu yang dipengaruhi dari dalam diri maupun oleh lingkungannya.¹³

¹⁰ Moh. Gufron, *Komunikasi Pendidikan* (Yogyakarta: Kalimedi 2016), 3.

¹¹ Novlein Theodora, "Studi Tentang Ragam Gaul Di Media Elektronika Radio Pada Penyiar Memora-FM Manado," *Jurnal: Acta Diurna* Vol. II, No. I (2013): 4.

<http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi>

¹² Dedi Alpian, "Respon Pendengar Program Morning Market Di Radio Mandiri FM Pekanbaru," *Jurnal: Online mahasiswa bidang ilmu sosial dan politik* Vol. 1, No 2 (2014): 3.

¹³ Ida Royani Damayanti dkk, "Pengaruh Citra Program LPP RRI Sungailiat Terhadap Minat Dengar (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka)," *Jurnal: Komunikasi dan New Media* Vol. 1, Issue 1 (Juni, 2021): 17.

6. Pendengar

Menurut Effendi adalah orang-orang yang menjadi tujuan komunikasi, baik dalam bentuk kelompok yang berkumpul di suatu tempat maupun dalam keadaan terpencar-pencar, tetapi sama-sama tertarik perhatiannya oleh suatu pesan dari media massa.¹⁴

7. Program

Program adalah sebuah bentuk rencana yang akan dilakukan, atau sebagai unit kesatuan kegiatan yang merupakan realisasi atau implementasi dari kebijakan. Menurut Widoyoko, program merupakan serangkaian kegiatan yang direncanakan dengan seksama dan dalam pelaksanaannya berlangsung dalam proses yang berkesinambungan, serta terjadi dalam suatu organisasi yang melibatkan banyak orang.¹⁵

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Penulis menemukan beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan tema yang peneliti angkat, diantaranya yaitu:

1. *“Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakta 107 FM dalam Menarik Minat Pendengar pada Program Dakwah Mar’atus Sholihah”* yang disusun oleh Idah Nurseptiani ia merupakan mahasiswi Institut Ilmu Al Qur’an (IIQ) Jakarta 2021. Dalam pembahasan pada penelitian ini mengkaji soal bagaimana strategi komunikasi penyiar radio dakta FM dalam menarik minat pendengar dalam

¹⁴ Mariyatul Qibtiyah dkk, “Strategi Radio Dalam Mempertahamkan Minat Pendengar (Studi Deskriptif pada Program Kopi Dangdut Pagi RDI Banjarbaru),” (Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin,), 4.

¹⁵ Ashiong P. Munthe, “Pentingnya Evaluasi Program Di Institusi Pendidikan,” Jurnal: *Scholaria* Vol.5, No.2 (Mei, 2015): 5.
<https://doi.org/10.24246/j.scholaria.2015.v5.i2.p1-14>

program dakwah Mar'atus Sholihah. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.¹⁶

Sementara perbedaan dan persamaan antara peneliti dan tema penelitian terhadap diatas antara lain sbb:

a. Persamaan

Mengenai persamaan dengan judul penelitian yang akan dilakukan dengan judul *Strategi Komunikasi Radio Salsabila 94,1FM Sampang Dalam Menarik Minat Pendengar Pada Program Nuansa Madura*. Yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, objek yang dipilih dalam strategi komunikasi yaitu sama-sama radio daerah atau lokal.

b. Perbedaan

Dalam perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu dari segi program.

2. "*Strategi Komunikasi Penyiar Radio Mesra Parepare dalam Program Acara Obralan Sana-sini (Obras)*" yang disusun oleh Zulfajar Najib seorang mahasiswa IAIN Parepare 2021. Pada penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi komunikasi penyiar dalam program acara obralan sana-sini, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi, proses komunikasi, dan eksistensi penyiar radio mesra kota Parepare. Penelitian yang digunakan kualitatif dengan menggunakan pendekatan teori hipodermik (Jarum Suntik) sebagai salah satu cara untuk melihat proses isi pesan dari acara obralan sana-sini (Obras) secara

¹⁶ Indah Nurseptiani, "Strategi Komunikasi Penyiar Radio Dakta 107 FM Dalam Menarik Minat Pendengar Pada Program Dakwah Mar'atus Sholihah," (IIQ Jakarta , 2021) <http://repository.iiq.ac.id/handle/123456789/1589>.

langsung, cepat dan mempunyai efek yang kuat terhadap minat pendengar pada program tersebut.¹⁷

Sementara perbedaan dan persamaan antara peneliti dan tema penelitian terhadap diatas antara lain sbb:

a. Persamaan

Persamaan penelitian dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu objek penelitian yang dipilih sama-sama radio lokal, dimana penelitian ini radio yang dipilih yaitu Mesra Parepare sedangkan radio dari penelitian yang akan dilakukan yaitu Radio Salsabila Sampang.

b. Perbedaan

Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu penelitian ini lebih untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi penyiar, dan eksistensi penyiar Radio Mesra Kota Parepare.

3. *“Strategi Komunikasi Radio Suara Muslim Surabaya dalam Mengelola Program Siaran di Tengah Pandemi COVID-19”* yang disusun oleh Shafira Choirunissa merupakan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2021. Yaitu membahas tentang bagaimana mengelola program siaran di tengah pandemi covid-19, selain itu juga mendeskripsikan strategi popularitas yang dilakukan oleh radio suara muslim Surabaya untuk meningkatkan *rating* program siaran. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan

¹⁷ Zulfajar Najib, “Strategi Komunikasi Penyiar Radio Mesra Parepare dalam Probram Acara Obaralan Sana-sini (Obras),” (IAIN Parepare, 2021).

pendekatan konstruktivisme dan menggunakan teori strategi komunikasi Phil Jones.¹⁸

Sementara perbedaan dan persamaan antara peneliti dan tema penelitian terhadap diatas antara lain sbb:

a. Persamaan

Dalam kesamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu objek penelitian yang dipilih sama-sama Radio, dan sama-sama strategi komunikasi.

b. Perbedaan

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu dari segi pengelolaan program siaran di tengah pandemi Covid-19, yang memang membahas bagaimana strategi komunikasi dalam mengelola program siaran di tengah pandemi.

¹⁸ Shafira Choirunissa, "Strategi Komunikasi Radio Suara Muslim Surabaya dalam Mengelola Program di Tengah Covid-19," (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021) <http://digilib.uinsby.ac.id/eprint/45953>