

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Deskripsi Teori

Teori merupakan serangkaian sudut pandang dan gagasan yang akan membentuk sebuah rangka atau alat untuk suatu fenomena. Teori yang digunakan pada karya tulis ini untuk membuat peta konsep terhadap objek penelitian, serta dengan penggunaan teori dapat diartikan sebagai alat untuk mengorganisasikan pemahaman kita mengenai suatu fenomena, dan mengenal dunia dengan struktur teoritis.

Teori itu memfokuskan perhatian pada variabel-variabel dari hubungan yang penting. Semisal variabel pada bidang komunikasi adalah orang, pesan, tujuan, analisis, dan fenomena. Secara umum teori memiliki dua karakteristik, yaitu abstrak dan konstruksi. Abstrak diartikan bahwa sebuah teori memiliki keterbatas, semisal teori radio tentu tidak bisa digunakan dalam bidang pertelevisian. Sedangkan karakteristik konstruksi adalah teori mengikuti dari sudut pandang atau paradigma dari yang menciptakan teori tersebut karena disini ada anggapan bahwa teori adalah ciptaan manusia. Penelitian mengenai “Strategi *Programming* Sydney W. Head” ini memiliki beberapa kajian teori yang dapat diulas.

#### 1. Radio

##### a. Pengertian dan Fungsi Radio

Radio sebagai salah satu media massa tentunya memiliki andil penting dalam masyarakat. Walaupun saat ini teknologi telah berkembang pesat radio menjadi media massa yang masih dinikmati masyarakat untuk menemani aktivitas sehari-hari, bahkan orang mendengarkan radio tidak hanya disaat bersantai tetapi juga saat bekerja dan berada di dalam kendaraan mobil.

Menjadi sumber rujukan bagi masyarakat, radio dalam sistem pengoperasiannya menggunakan gelombang agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh pendengar dengan baik. Menurut Max Well, radio merupakan gelombang elektromagnetik yang melintasi ruang angkasa dengan kecepatan dan

gelombang tertentu.<sup>1</sup> Dengan begitu pesan yang disampaikan oleh penyiar yang berada di suatu tempat dapat di dengar pendengar dengan jarak dan tempat yang jauh.

Menurut Sampir Andrian, radio adalah media komunikasi massa yang berfungsi untuk menyampaikan informasi yang berupa informasi, berita, dan hiburan dengan jangkauan yang sangat luas.<sup>2</sup> Jangkauan yang luas menjadi salah satu keunggulan dari radio tanpa harus penyiar dan pendengar bertatap muka secara langsung, hal tersebut terjadi karena adanya gelombang elektronik yang digunakan dalam gelombang radio.

Sedangkan menurut Riswandi, Radio merupakan salah satu media komunikasi massa yang menyampaikan berbagai informasi dalam bentuk audio atau suara dengan program siaran yang sistematis dan berkesinambungan.<sup>3</sup> Dalam siarannya radio pun memiliki jadwal program siaran yang selalu dilakukan secara konsisten layaknya jam tayang di televisi, akan tetapi disini radio hanya bisa dinikmati secara audio sehingga pendengar harus berimajinasi untuk menggambarkan apa yang didengarnya.

Melalui pengertian para ahli tentang definisi radio, maka dapat disimpulkan bahwasannya radio adalah media komunikasi massa yang digunakan untuk menyampaikan pesan (berita, informasi, hiburan) dengan menggunakan gelombang elektromagnetik agar dapat diterima oleh pendengar melalui jangkauan yang luas, serta dalam pengoperasiannya radio memiliki program siaran yang sistematis dan berkesinambungan.

Radio sendiri memiliki julukan sebagai *the fifth estate* atau kekuatan kelima setelah surat kabar. Ada

---

<sup>1</sup> Anastasya Rahmaniari, dkk, *Bunga Rampai Isu-Isu Komunikasi Kontemporer 2023* (PT. Rekacipta Proxy Media, 2022), 131.

<sup>2</sup> Sampir Andrian Sukoco, *New Komunikasi Pemasaran: Teori dan Aplikasinya* (Jember: CV. Pustaka Abadi, 2018), 68.

<sup>3</sup> Btari Najwa Naila, "Eksistensi Radio di Zaman Modern: Strategi Mempertahankan Radio Menurut Para Ahli" 29 Januari, 2023. [https://radio.unpad.ac.id/2023/01/eksistensi-radio-di-zaman-modern-strategi-mempertahankan-radio-menurut-para-ahli/#:~:text=Menurut%20Riswandi%20\(2009%3A1\),program%20yang%20teratur%20dan%20berkesinambungan.](https://radio.unpad.ac.id/2023/01/eksistensi-radio-di-zaman-modern-strategi-mempertahankan-radio-menurut-para-ahli/#:~:text=Menurut%20Riswandi%20(2009%3A1),program%20yang%20teratur%20dan%20berkesinambungan.)

beberapa alasan kenapa radio memiliki kekuatan seperti media-media massa lainnya, disamping sebagai kontrol sosial radio juga berfungsi untuk menyampaikan informasi, berita, hiburan, edukasi, dan persuasif kepada khalayak. Jika menengok peristiwa-peristiwa lalu saat kemerdekaan Indonesia radio menjadi media komunikasi massa untuk melakukan perjuangan mengusir penjajah, hal itu dapat dilihat melalui pengumuman proklamasi tahun 1945 dengan menggunakan radio agar rakyat Indonesia maupun luar negeri mengakui akan kemerdekaan tersebut.

Proses siaran yang terjadi secara langsung menjadi alasan kenapa radio disebut sebagai *the fifth estate*, daya langsung siaran radio membuat pesan yang ingin disampaikan *fresh* (tidak basi) berbeda dengan media cetak yang harus melewati beberapa proses panjang. Ketika sebuah peristiwa terjadi media cetak memerlukan waktu yang lama, mulai dari peliputan, penulisan, penyuntingan, *layout*, pencetakan, baru bisa disebarkan kepada pelanggan. Maka radio hanya butuh penulisan naskah, penyuntingan, dan pesan tersebut langsung bisa diterima oleh pendengar melalui siaran. Kebutuhan masyarakat akan kecepatan informasi menjadikan radio sebagai media massa yang masih dibutuhkan saat ini.

Sehingga radio dapat dikatakan lebih aktual ditimbang surat kabar yang harus melalui proses panjang terlebih dahulu. Disamping itu, radio juga memiliki beberapa fungsi yang dapat membantu manusia dalam menjalani kehidupan sehari-harinya, diantaranya:

#### 1) Sumber Informasi

Karena jangkauan yang luas maka berbagai informasi disampaikan menggunakan radio. Pendengar dapat mengetahui berbagai informasi dari pemerintah, suatu lembaga, dunia pendidikan, dan perekonomian dengan hanya mendengarkan. Bahkan saat penjajahan dahulu radio menjadi pusat informasi agar masyarakat menjadi tahu bentuk-bentuk perjuangan, akan tetapi saat siaran radio milik pemerintah Jepang yang bernama Hosokawa Kyoko diberhentikan pada tanggal 19 Agustus 1945 masyarakat kemudian menjadi buta akan informasi

dan menjadi bingung terhadap langkah apa yang harus dilakukan setelah Indonesia merdeka. Maka pada tanggal 11 September 1945 didirikanlah radio nasional Radio Republik Indonesia untuk memenuhi kebutuhan rakyat Indonesia akan informasi.<sup>4</sup>

## 2) Hiburan

Dalam program siarannya radio biasanya memberikan suguhan musik dari permintaan pendengarnya, atau terkadang ada radio yang menyuguhkan permainan wayah dan ketoprak. Walaupun hanya menggunakan audio pendengar perlu berimajinasi untuk membayangkan apa yang sedang diperankan dalam pewayangan tersebut. Program entertainment juga menjadi hiburan bagi pendengar akan dunia selebritis, selain itu juga pendengar dapat mengirimkan cerita-cerita kehidupannya untuk dibacakan penyiar.

## 3) Edukasi atau pendidikan

Radio juga berfungsi untuk media pembelajaran, untuk memperkaya pengetahuan bagi pendengar dan menambah ide-ide kreatif. Saat ini anak-anak sekolah juga dapat melakukan siaran di radio untuk memberikan edukasi terkait proses produksi siaran. Beberapa kebijakan dari pemerintah tentang dunia pendidikan juga disiarkan melalui radio dengan harapan dapat tersampaikan kepada pendengar dengan baik.

Radio sebagai salah satu media massa memiliki sebuah kekuatan untuk membentuk *framing* masyarakat. Pada dasarnya kekuatan media ini telah diakui oleh banyak orang dalam memberikan pengaruh yang besar terhadap sebuah isu atau kepentingan pihak tertentu, sehingga banyak orang yang kemudian terbawa opini setelah mendengarkan radio.<sup>5</sup> Radio sebagai media massa tentunya dalam melakukan siaran didasarkan pada hal-hal yang

<sup>4</sup> “Peran Radio dalam Penyebaran Informasi,” Perpustakaan Pusat Universitas Brawijaya, diakses pada 18 November, 2023. <https://lib.uib.ac.id/news/peran-radio-dalam-penyebaran-informasi/>.

<sup>5</sup> Agus Suprayitno, dkk, “Analisis Framing Pemberitaan Wacana Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) di Media Elektronik,” *Journal of Social Studies* 3, no. 2 (2022): 156, <https://doi.org/10.37010/fcs.v3i2.969>.

bersifat objektif, karena hal itu bersangkutan dengan kepercayaan dan kualitas siaran.

Dalam melakukan siaran, radio harus memberikan informasi yang sesuai fakta, analitis, kritis, dan senantiasa memberikan edukasi kepada masyarakat dengan penuh rasa tanggungjawab agar pendengar bisa lebih objektif terhadap isu yang sedang terjadi. Informasi yang berimbang diberlakukan untuk menjaga pendengar agar tetap kritis dalam menanggapi persoalan dengan sudut pandang yang objektif. Di sisi lain radio juga dibebankan dengan tanggung jawab besar untuk bisa menjaga kondusifitas ditengah-tengah masyarakat melalui program siaran yang mengudara.<sup>6</sup>

#### 4) Media Dakwah

Kebutuhan masyarakat terhadap sisi religius juga membuat radio harus menayangkan siaran dakwah. Biasanya tokoh-tokoh agama akan melakukan siaran secara langsung atau rekaman yang kemudian akan diputar saat jadwal siaran dakwah tiba, melalui dakwah tersebut diharapkan pendengar menjadi insan muslim yang lebih baik lagi.

Bahkan terkadang ada beberapa radio yang melakukan sesi tanya jawab terkait permasalahan hidup yang kemudian akan dijawab oleh narasumber. Dengan demikian keberadaan dakwah di radio menjadi hal penting bagi pendengar dalam menjalankan hidup yang sesuai dengan tuntunan agama. Dakwah tidak hanya dibebankan pada pemuka agama saja tetapi juga kepada setiap kaum muslim harus menyampaikan kebaikan kepada manusia yang lainnya.

Dari dakwah yang dilakukan tersebut bertujuan untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah dan menyebarkan agama Islam kepada khalayak umum. Jika dahulu dakwah dilakukan memiliki keterbatasan dalam ruang dan waktu, melalui kemajuan teknologi banyak media yang bisa

---

<sup>6</sup> Agus Suprayitno, dkk, "Analisis Framing Pemberitaan Wacana Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) di Media Elektronik," *Journal of Social Studies* 3, no. 2 (2022): 162, <https://doi.org/10.37010/fcs.v3i2.969>.

digunakan untuk berdakwah, sehingga tidak perlu dakwah dari satu wilayah ke wilayah lainnya. Maka keberadaan media massa seperti media cetak, internet, radio, dan televisi menjadi alat untuk menjangkau banyak audiens dengan meminimalisir waktu.<sup>7</sup>

Dakwah di radio tentunya mengajak manusia untuk berada dijalan kebenaran, maka materi yang terkandung didalamnya membentuk moral manusia, materi tersebut berkaitan dengan akidah, akhlak, dan syariah. Selain itu juga dakwah menjadi penyejuk hati ketika berada di posisi yang menyulitkan karena materi yang disampaikan berkaitan dengan iman dan ketakwaan.<sup>8</sup>

5) Komersil atau persuasif

Dahulu radio digunakan untuk hal-hal yang bersifat informatif perjuangan, tetapi seiring berjalannya waktu radio saat ini menjadi ladang iklan untuk memasarkan sebuah produk. Jika dahulu orang-orang membuat pamflet dan kemudian menyebarkannya dimana hal tersebut membutuhkan biaya yang besar, maka dengan menggunakan radio seseorang dapat memasang iklan dengan biaya yang lebih kecil. Pesan pada siaran radio juga dapat mempengaruhi pendengar dalam berpendapat, apalagi saat musim pemilu banyak sekali pejabat yang kemudian menggunakan radio sebagai media persuasif dan promosi kepada khalayak umum, dan karena jangkauan radio yang luas hal tersebut dapat menguntungkan.

**b. Sejarah Radio di Indonesia**

Keberadaan radio di Indonesia tidak terlepas dari adanya penjajahan yang dilakukan oleh bangsa barat pada saat perang dunia kedua, dimana perkembangan

---

<sup>7</sup> Syarif Fauzi dan Afief Abd. Latief, "Model Radio Dakwah dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat," *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2016): 91, <https://jurnal.fdk.uinsgd.ac.id/index.php/tabligh>.

<sup>8</sup> Maria Ulfa, dkk, "Analisis *Word Cloud* pada Pesan Dakwah Program Siaran Radio Diah Rosanti 95,9 FM Pontianak," *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 4, no. 2 (2020): 213, <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/11241/6421>.

radio telah lebih dahulu dirasakan oleh bangsa barat maka ketika mereka melakukan penjajahan ke timur membawa keuntungan dengan memperkenalkan radio kepada rakyat Indonesia. Radio sendiri menjadi alat bagi bangsa Indonesia untuk menyebarkan nasionalisme dan patriotisme melawan penjajahan, hingga akhirnya proklamasi kemerdekaan dapat didengar oleh rakyat Indonesia dan luar negeri melalui radio.

#### 1) Masa Penjajahan Belanda

Saat penjajahan bangsa Belanda mereka memperkenalkan radio kepada rakyat Indonesia, dimana siaran radio pertama adalah *Bataviase Radio Vereniging* (BRV) pada 16 Juni 1925 yang dikelola secara swasta dengan kepemilikan Belanda. Setelah berdirinya BRV kemudian muncullah radio-radio siaran dikota-kota besar seperti, Yogyakarta, Surakarta, Surabaya, dan Semarang. Kemudian di tahun 1930 Belanda mulai mengembangkan stasiun radio amatir dengan mendirikan perkumpulan organisasi yang diberi nama *Netherlands Indische Vereeniging Radio Amateur* (NIVERA).<sup>9</sup>

Kebersinggungan rakyat Indonesia dengan radio adalah ketika Kanjeng Gusti Pangeran Adipati Aryo Sri Mangkunegara VII mendapatkan *receiver* (pesat radio) dari pihak Belanda pada tahun 1927. Setelah itu KGPAA Sri Mangkunegoro VII menyerahkan *receiver* tersebut kepada Kepala Dinas Pekerjaan umum Praja Mangkunegoro VII yaitu RM Ir. Sarsito Mangkunegoro. Pada saat itu pesawat radio tersebut hanya bisa didengar di lingkungan Mangkunegaraan saja dengan kualitas audio yang masih kurang mendukung, akan tetapi pesat radio yang diberi nama radio *toestel* masih menjadi alat komunikasi massa terbaik saat itu karena fungsinya yang mampu memberikan informasi jarak jauh. Pada tanggal 1 April 1933 Sri Mangkunegoro VII bersama Ir. Sarsito Mangunkusumo mendirikan radio yang diberi nama *Soloche Radio Vereening* (SRV) yang berada di Kota Solo, setahun kemudian Belanda mendirikan

---

<sup>9</sup> Elvinatro Ardianto, dkk., *Komunikasi Massa* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 125.

radio terbesar yaitu *Netherlands Indische Radio Omroep Mij* (NIROM) yang berada di Kota Bandung, Jakarta, dan Medan.<sup>10</sup>

Pada saat itu dunia penyiaran radio memiliki dualisme yang berbeda dalam konten penyiaran. Dimana radio yang dikelola oleh pemerintah Belanda berisikan konten-konten yang berkaitan dengan budaya yang berada di barat, sedangkan radio yang dikelola oleh Bangsa Indonesia sendiri berfokus pada konten penyiaran pada budaya tradisional daerah setempat.

## 2) Masa Penjajahan Jepang

Setelah Belanda menyerah kepada sekutu seluruh radio swasta dinonaktifkan dan diambil alih oleh jawatan khusus Jepang yang bernama *Hoso Kanri Kyoku* yang berpusat di Jakarta, dan memiliki cabang di Yogyakarta, Purwakarta, Semarang, Surakarta, Malang, dan Surabaya yang diberi nama *Hoso Kyoku*.

Berbeda pada pendudukan Belanda, saat Jepang berkuasa rakyat Indonesia hanya boleh mendengarkan radio *Hoso Kyoku* yang berbahasa Jepang dan Indonesia. Walaupun demikian para pemuda Indonesia diam-diam mendengarkan radio dari luar negeri dengan konsekuensi jika ketahuan akan kehilangan jiwa. Tetapi usaha tersebut tidaklah sia-sia karena saat Jepang menyerah pada sekutu berita tersebut didengar oleh sebagian rakyat Indonesia, sehingga pada tanggal 17 Agustus 1945 proklamasi kemerdekaan dapat dideklarasikan.<sup>11</sup>

## 3) Masa Kemerdekaan

Setelah berita Jepang menyerah pada sekutu yang didengar oleh Sultan Syahrir melalui siaran radio, maka tanggal 17 Agustus 1945 dilakukan proklamasi kemerdekaan oleh Ir. Soekarno. Akan tetapi informasi kemerdekaan baru bisa disampaikan secara luas pada 18 Agustus 1945 melalui siaran

<sup>10</sup> "Sejarah Radio di Indonesia," *Kementerian Komunikasi dan Informatika*, 22 Maret, 2022, <https://mpn.kominfo.go.id/index.php/2021/03/22/sejarah-penyiaran-radio-di-indonesia/>.

<sup>11</sup> Elvinatro Ardianto, dkk., *Komunikasi*, 126.

radio *Hoso Kyoku* dengan konsekuensi ditembak oleh senjata Jepang.<sup>12</sup>

Setelah kemerdekaan stasiun radio milik Jepang dinonaktifkan, sehingga masyarakat Indonesia merasa kebingungan karena mereka tidak mendapatkan informasi. Maka pada tanggal 11 September 1945 para pemimpin radio siaran mengadakan pertemuan yang kemudian dihasilkan kesepakatan untuk mendirikan organisasi radio siaran yang diberi nama Radio Republik Indonesia (RRI), dan tepat 11 September menjadi peringatan hari radio nasional.

#### 4) Masa Orde Lama dan Orde Baru

Radio di masa orde lama pengoperasian sepenuhnya berada di tangan pemerintah, sehingga pada saat itu perkembangan pada konten program siaran belum berkembang begitu pesat. Akan tetapi peran radio sebagai media pemberi informasi dan hiburan masih menjadi kebutuhan bagi masyarakat.

Sampai pada masa orde baru stasiun radio satunya-satunya yang masih dimiliki oleh pemerintah adalah RRI. Pada masa ini fungsi dan peran radio semakin ditingkatkan dengan menambah konten pendidikan dan persuasi, pada bulan September 1969 untuk pertama kalinya RRI mengudarakan siaran pendidikan yaitu “Siaran Pedesaan”. Kemudian kebijakan-kebijakan pemerintah seperti keluarga berencana, imunisasi balita dan ibu hamil, kebersihan lingkungan, dan transmigrasi mulai diumumkan melalui radio, sehingga fungsi radio tidak hanya pada memberikan informasi dan hiburan saja.

Seiring berjalannya waktu banyak sekali radio-radio amatir yang didirikan oleh perorangan menyebar di daerah-daerah, maka melihat hal itu pemerintah melakukan kebijakan penertiban dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 55 Tahun 1970 yang membahas radio siaran di luar

---

<sup>12</sup> Fiqih Rizqiyatul Maula, “Peran Radio dalam Menggerakkan Perjuangan di daeha Yigyakarta Tahun 1934-1945,” *Ilmu Sejarah* 2, no. 5 (2017): 731 <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilmu-sejarah/article/view/9450/9104> .

pemerintah. Pada tahun 1974 didirikan perhimpunan PRSSNI (Persatuan Radio Swasta Niaga Indonesia) yang fungsi untuk menampung stasiun-stasiun radio swasta yang berfokus pada niaga karena jumlahnya semakin banyak.<sup>13</sup>

#### 5) Masa Reformasi

Pada masa reformasi ini siaran radio swasta mendapatkan hak-hak kebebasannya karena saat masa orde baru radio swasta masih harus berpihak pada berita di RRI. Jumlah stasiun radio swasta terus bertambah dan mereka dengan bebas dapat menyiarkan apa saja melalui program siaran yang berbeda-beda. Akan tetapi pada masa reformasi ini mulai dibentuklah Komite Penyiaran Indonesia (KPI) yang bertugas untuk mengeluarkan izin penyelenggaraan siaran dan pelayanan kepada masyarakat yang berdasarkan pada P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran).

#### c. Karakteristik Radio

Setiap media pada komunikasi massa tentunya memiliki karakteristik masing-masing yang membedakan antara satu sama lainnya. Jika media cetak salah satu karakter yang mendasar adalah menggunakan indra penglihatan, lalu radio menggunakan indra pendengaran, dan televisi menggunakan indra penglihatan dan pendengaran. Dari karakteristik tersebut tentunya segmentasi yang ingin dicapai pun berbeda-beda, menurut Elvino Ardianto ada enam karakteristik radio, yaitu:

##### 1) Auditori

Pesan yang disampaikan melalui radio berupa audio yang menggunakan kepekaan indra pendengaran, jika pendengaran terganggu maka pesan yang disampaikan tidak dapat maksimal. Sifat daya langsung radio juga harus dipertimbangkan, pasalnya pendengar hanya mampu mendengarkan pesan satu kali dan tidak dapat diputar kembali.

Sifat radio yang *short lived* juga harus diperhatikan karena pesan yang disampaikan hanya

---

<sup>13</sup> Elvinatro Ardianto, dkk., *Komunikasi Massa*, 127.

satu arah dan sekilas, sehingga pendengar harus benar-benar fokus agar tidak ketinggalan informasi saat siaran berlangsung. Pekerjaan sebagai seorang penyiaran bertanggung jawab dan penuh kehati-hatian agar pesan dapat tersampaikan dengan baik dan benar.<sup>14</sup>

## 2) Aktual

Diantara media-media komunikasi massa lainnya radio dinilai lebih aktual dalam menyampaikan pemberitaan, dalam hitungan detik dan menit saja sebuah peristiwa dapat langsung disampaikan kepada pendengar. Saat terjadi sebuah peristiwa media cetak harus melalui serangkaian proses yang panjang untuk kemudian bisa menyampaikan kepada masyarakat, begitu pula televisi yang harus mempersiapkan peralatan yang sangat kompleks tersebut.

Semisal terjadi kecelakaan jurnalis radio hanya perlu liputan kemudian merangkai menjadi naskah yang bagus, setelah itu bisa langsung disiarkan tanpa harus menggunakan penampilan yang menarik dan rapi karena hanya menggunakan suara. Berbeda dengan media cetak yang perlu liputan, penulisan, penyuntingan, *layout*, pencetakan, kemudian baru bisa disebar kepada pelanggan. Sama halnya dengan televisi, dimana reporter dan *news anchor* harus berpenampilan menarik dan mempersiapkan peralatan seperti kamera, pencahayaan, *setting* tempat, SNG, lain-lainnya.

Sehingga proses penyampaian informasi atau berita di radio dinilai lebih aktual dan praktis ditimbang media lainnya. Dalam penyampaian berita di radio juga dapat dilakukan secara langsung dan itu proses tidak memakan banyak waktu seperti di televisi.

## 3) Imajinatif

Sifat radio yang searah karena hanya menggunakan audio atau suara membuat pendengarnya harus berimajinasi membayangkan apa yang sedang dibicarakan oleh penyiarinya.

---

<sup>14</sup> Santi Indra Astuti, "Jurnalisme Radio" (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 40.

Seperti halnya ketika radio dengan menyiarkan sebuah pertunjukan seni ketoprak atau pewayangan, pasti setiap pendengar akan berimajinasi bagaimana visualisasi yang terjadi. Jika suara yang didengar terkesan lembut dan penuh akan kasih sayang pendengar pasti langsung membayangkan peran protagonis, sebaliknya jika suara terdengar keras dan kasar pasti pendengar langsung mengatakan bahwa itu adalah tokoh antagonis.

Imajinasi yang ditangkap oleh pendengar pasti berbeda-beda tergantung pada pemikirannya, semisal penyiar tersebut bersuara lembut dan lemah gemulai pasti visualisasinya berbeda-beda. Jika yang mendengarkannya adalah pelajar pasti imajinasinya adalah gadis cantik yang kerap ditemui di sekolah. Berbeda halnya jika yang mendengarkan adalah para pedagang di pasar pasti imajinasinya adalah pembeli cantik yang kerap kali ia temui.

#### 4) Akrab

Salah satu karakteristik dari radio yakni akrab dengan pendengarnya. Keakraban tersebut dapat ditemukan saat penyiar sedang melakukan siaran, dimana gaya bahasa yang digunakan santai dan sangat akrab dengan pendengar. Radio sendiri salah satu media massa yang dapat berada ditempat manapun, bisa di kamar, dapur, ruang tamu, ruang keluarga, bahkan di mobil. Dan karena sifatnya yang *portable* penyiar terkadang seolah-olah sedang berada disamping kita.

Karena karakter yang akrab dan *portable* tersebut radio dapat menjadi teman bagi pendengar dimanapun saat melakukan aktivitas. Bisa mendengarkan radio ketika kerja, belajar, memasak, dan bersantai tanpa harus melihatnya membuat sebagian orang tetap memilih untuk menggunakan radio.

#### 5) Gaya Percakapan

Berbeda dari media massa lainnya gaya bahasa yang digunakan pada radio adalah sederhana, singkat, dan komunikatif. Sehingga tidak heran jika penyiar dalam menyampaikan informasi seperti orang sedang melakukan percakapan. Hal itu juga

yang kemudian menjadi tantangan bagi penulis naskah bagaimana dirinya bisa menulis dengan gaya bahasa yang baik karena penyiar dan pendengar tidak berada ditempat yang sama dan pesan dapat tersampaikan.

Geografis, latar belakang, dan suasana yang berbeda-beda dari pendengar membuat penulis naskah dan penyiar harus bisa menyelaraskan gaya bahasa agar masuk di semua lini pendengar. Maka dari itu gaya percakapan menjadi gaya yang kerap kali dipakai penyiar agar antar pendengar dan penyiar terkesan tidak ada jarak.

#### 6) Menjaga Mobilitas

Keunggulan radio yang dapat dibawa kemana saja dapat menjaga mobilitas dari pendengar. Jika membaca media cetak atau menonton televisi audiens harus duduk dan benar-benar menyimak, itu akan menghabiskan banyak waktu. Berbeda halnya dengan radio dimana pendengar dapat mendengarkannya dengan tetap melakukan aktivitas semisal belajar, kerja, memasak, menyapu rumah, dan kegiatan lainnya tetap bisa mendengarkan radio tanpa harus mengganggu aktivitasnya, itu kenapa radio tetap eksis saat itu karena dapat menjaga mobilitas dari pendengar.

#### d. Radio Sebagai Media Dakwah

Sejak kemunculan radio sebagai media massa banyak dimanfaatkan oleh berbagai pihak termasuk oleh pemerintah, salah satunya untuk menginformasikan segala bentuk kebijakan pemerintah kepada masyarakat yang dimulai pada era orde lama dan orde baru. Seiring dengan berjalannya waktu radio tidak hanya digunakan untuk kepentingan pemerintah dan perindividuan, tetapi melihat jangkauan radio yang sangat luas membuat sebagian kelompok Muslim menggunakan radio sebagai media dakwah atau penyebaran ajaran agama Islam.

Unsur-unsur dalam dakwah meliputi lima komponen, yaitu *pertama* da'i (komunikator) yaitu orang yang menyampaikan pesan. *Kedua*, mad'u (komunikan) yaitu orang yang menerima pesan. *Ketiga*, pesan yaitu informasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan. *Keempat*, media yaitu alat yang digunakan

sebagai perantara penyampaian pesan. *Kelima, feedback* (timbang balik) yaitu respon yang diberikan oleh komunikan setelah mendapatkan pesan dari komunikator. Dari kelima unsur dakwah tersebut maka pada bagian media ini menjadi sangat penting agar pesan dakwah yang ingin disampaikan oleh da'I dapat diterima mad'u dengan baik, salah satu media yang digunakan dalam dakwah bisa berupa media cetak, radio, televisi, media sosial, dan lain sebagainya.

Salah satu media lama yang telah menyiarkan dakwah adalah radio. Disini radio sangat berperan dalam menyiarkan ajaran-ajaran agama Islam, sehingga bagi umat Islam dapat memperoleh ilmu agama tanpa harus datang langsung ke tempat, cukup mendengarkan radio dan mereka tetap bisa menjalankan aktivitas sambil mendengarkan dakwah di radio. Kemunculan radio sebagai media dakwah bermula dari radio swasta yang berafiliasi dengan organisasi masyarakat (ormas) yang ada, seperti Radio Dakwah Islam Surakarta (DII) yang dikelola oleh Abdullah Sungkar dan Abu Bakar Ba'asyir pada tahun 1970-an. Radio DII tersebut didirikan dengan tujuan untuk mencegah paham-paham komunis yang terjadi pada tahun itu, akan tetapi karena alasan politik ditahun 1975 radio DII kemudian dibubarkan oleh pihak pemerintah.<sup>15</sup>

Melihat kebutuhan masyarakat akan konten dakwah di radio, maka Radio Republik Indonesia (RRI) kemudian menyediakan siaran dakwah pada waktu pagi hari setelah shalat Subuh. Pada tahun 1980-an muncullah radio seperti asy-Syafi'iyah dan al-Thahiriyah yang menyiarkan dakwah dengan wadah yang lebih besar, dimana jam tayang dakwah di kedua radio tersebut adalah menjelang waktu Maghrib dan setelah shalat Subuh. Sosok da'I kondang yang dakwahnya banyak disiarkan di radio adalah KH. Kosim Nurseha, KH. Zainuddin MZ, dan Suryani Thahir.<sup>16</sup>

Semakin banyaknya radio dakwah di Indonesia kemudian menimbulkan perselisihan, karena dari

---

<sup>15</sup> *Suara Salafisme Radio Dakwah di Indonesia*, eds. Din Wahid dan Jamhari Makruf (Jakarta: Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat, 2017), 2.

<sup>16</sup> *Suara Salafisme Radio Dakwah di Indonesia*, eds. Din Wahid, 2-3.

masing-masing radio yang ada berafiliasia dengan kelompok keagamaan, seperti HTI, NU, Muhammadiyah, Salafi, Syi'ah, Wahabi, dan masih banyak lagi. Di antara radio yang ada beberapa ada yang menyebarkan paham-paham yang radikal dan ekstrimisme sehingga banyak kelompok masyarakat Muslim tradisional mendirikan radio dengan harapan menjaga ajaran agama Islam agar tetap moderat.

Ketegangan yang terjadi berawal dari kelompok salafi yang memberikan kritik perilaku *bid'ah* kepada kelompok Muslim tradisional, sehingga ketegangan tersebut terjadi dikota-kota besar seperti Ciamis, Cirebon, Gresik, dan Mataram. Akibat dari ketegangan tersebut muncullah radio-radio Islam yang kemudian saling memberikan gagasan keagamaan dalam praktik-praktik ibadah di realita kehidupan. Seperti Radio Seila dan Radioqu Big FM yang menganut paham aswaja oleh NU menjadi alternatif radio dakwah bagi masyarakat muslim dari beberapa radio yang terindikasi pada kelompok ekstrimisme dan radikal. Dimana Radio Seila dan Radioqu Big FM yang menyatakan kemajemukan perbedaan di Indonesia dan *ukhuwwah wathaniyyah* (persaudaraan sebangsa dan setanah air Indonesia). Adapun materi-materi dakwah yang disiarkan tidak hanya pada penyampaian pesan seputar penghambaan kepada Tuhan tetapi juga materi hadits, akidah, tafsir, bahkan fiqih juga dibahas di Radio Seila dengan pembahasan *qishas* dan *diyath* oleh Ustadz Amin Nuroni yang diambil langsung dari Kitab *Bulughul Marom*.<sup>17</sup>

Walaupun keberadaan radio sebagai media dakwah tidak semulus yang dibayangkan, akan tetapi ini menjadi bukti bahwa radio dapat menjadi alat untuk menyebarkan dakwah ke berbagai penjuru Nusantara bahkan dunia. Melalui radio ini menggambarkan bahwa Islam bukan hanya sekedar agama yang mengatur tentang ibadah saja, tetapi juga segala aspek kehidupan, perkembangan zaman, dan teknologi dapat sejalan dengan Islam.

---

<sup>17</sup> *Suara Salafisme Radio Dakwah di Indonesia*, eds. Din Wahid, 28.

## 2. Program Siaran

Dalam menjalankan siaran di radio tentunya membutuhkan adanya program siaran yang berfungsi untuk mengatur berjalannya siaran yang mengudara. Setiap radio pastinya mempunyai program siaran yang berbeda-beda tergantung jenis dan segmentasi dari radio itu sendiri, jika radio dakwah umumnya program siarannya bernuansa keagamaan dan berisi musik-musik religi. Begitu pula jika radio pemerintahan sebagian besar program siarannya berisi kebijakan pemerintah, *personal branding* para pejabat, dan program-program sosial yang diberlakukan oleh pemerintah.

Menurut Hidajanto Djamal program siaran adalah sebuah komponen atau bagian dari keseluruhan isi atau acara di radio.<sup>18</sup> Dimana program siaran tersebut sebelumnya telah disusun dengan format dan kebutuhan dari pendengarnya, hal tersebut penting dilakukan untuk menghindari kesalahan saat siaran dan mencari strategi yang sesuai agar memperoleh pendengar dan iklan yang banyak. Setiap program siaran yang dirancang tentunya berisi nama program, dan *slot* waktu yang kemudian disesuaikan dengan jenis program, apakah itu informatif, hiburan, berita, pendidikan, dakwah, dan lain sebagainya.

Biasanya penyusunan program siaran dibuat satu bulan hingga enam bulan ke depan, hal itu terjadi karena ketatnya persaingan di antara media penyiaran dalam memperoleh iklan, sehingga penyesuaian program siaran dapat mengatur *spot* iklan harus ditaruh dibagian mana saja. Bahkan terkadang ada program siaran yang dirancang fleksibel agar bisa menyesuaikan dengan program-program yang sekiranya darurat, seperti pada program siaran *breaking news*, *stop press* yang memang terkadang dapat menggeser bahkan merubah program siaran yang telah dirancang sebelumnya.

Penyusunan program siaran harus memiliki kepekaan terhadap pendengar karena sejatinya program siaran ini dapat mempengaruhi daya pikir dan perilaku dari pendengar, dan mampu mengubah seseorang untuk melakukan hal positif atau negatif. Salah satu karakteristik program siaran adalah persuasif, hal tersebut dapat diamati melalui pemasangan iklan, dimana seseorang ketika mendengar iklan pada radio

---

<sup>18</sup> Hidajanto Djamal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, dan Regulasi* ((Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), 149.

akan termakan oleh kelebihan atau kegunaan produk yang diiklankan. Misalkan seorang perempuan mendengarkan iklan sabun kecantikan dia tidak hanya berimajinasi pada manfaat yang ditawarkan, dan perempuan tersebut langsung pergi ke supermarket untuk membelinya.

Program siaran juga dapat mengarah ke negatif, semisal program siaran berita yang menyiarkan tentang kriminalitas, dimana penyiar memaparkan proses terjadinya kriminalitas secara jelas. Pada program siaran tersebut memberikan dampak positif lebih kecil yaitu agar masyarakat bisa lebih waspada terhadap perilaku kriminal yang kerap kali terjadi. Tetapi dampak negatif yang ditimbulkan tidak kalah besar, dimana pendengar akan lebih tahu bagaimana dalam melakukan tindak kriminal lebih cermat. Sehingga penyusunan program siaran ini harus didasarkan pada perencanaan yang sesuai waktu, cermat, dan tepat sasaran.

Menurut Pringle-Starr-McCavitt format penyusunan program siaran radio terbagi menjadi tiga yaitu, format informasi, format musik, dan format khusus. Pada format informasi ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu *all news* (dominasi pada berita baik di kawasan lokal, regional, nasional, bahkan internasional), *all talk* (dominasi pada perbincangan), dan *all news/all talk* (perpaduan berita dan perbincangan).<sup>19</sup>

Berita radio (*all news*) umumnya berisikan suatu peristiwa yang sedang terjadi dan didasarkan pada fakta di lapangan. Proses penyiaran berita ini juga harus sesuai dengan kaidah jurnalistik radio yang tidak boleh melanggar kode etik yang telah ditentukan. Dalam siaran berita di radio ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

- 1) Siaran langsung atau disebut *live report*, yaitu bentuk siaran berita radio yang dilakukan pada saat peristiwa tersebut terjadi. Artinya reporter harus dengan cepat mendapatkan fakta-fakta di lapangan kemudian melaporkan saat berada di lokasi.
- 2) Siaran lanjut, yaitu bentuk siaran berita radio yang harus melewati pengolahan terlebih dahulu. Ketika telah mendapatkan data (fakta) melalui observasi, wawancara, dan riset reporter harus kembali ke studio untuk

---

<sup>19</sup> Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Pengelola Radio dan Televisi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2008), 233.

mengolahnya menjadi berita (*straight news* atau *feature*) sebelum nanti diudarakan.

Perbincangan radio (*all talk*) adalah bentuk informasi yang menggabungkan antara seni berbicara (retorika) dan kemampuan wawancara. Biasanya *all talk* ini terjadi proses komunikasi dua arah antara *host* yang memandu selama berjalannya acara dan narasumber. Biasanya pada segmen ini membahas sebuah peristiwa atau isu yang sedang terjadi dengan menggandeng narasumber yang memiliki kompetensi dibidangnya.

Sedangkan format musik pada program siaran umumnya diantara stasiun radio memiliki format yang sama, akan tetapi seiring berkembangnya dunia musik ini membuat sebagian *programmer* merasa kebingungan untuk menyesuaikan format yang ada. Kesulitan lain juga berkaitan dengan artis yang terkadang berpindah format musik, sehingga ini menjadi penyebab beberapa stasiun radio memiliki nama format musik yang beragam. Sementara pada format khusus ini dikhususkan bagi pendengar yang disesuaikan pada agama dan etnik, sehingga tidak semua audiens dapat mendengarkan siaran di radio.

### 3. Strategi Programming Sydney W. Head

Definisi strategi pada mulanya ditujukan untuk perancangan peperangan yang berkaitan dengan dunia militer yang berhubungan erat dengan pergerakan pasukan dan navigasi untuk memperoleh kemenangan. Penetapan strategi tersebut didasarkan pada hasil analisis kekuatan dan kelemahan musuh yang meliputi jumlah pasukan musuh, kondisi lapangan, senjata yang dipakai, posisi musuh, dan lain sebagainya. Kemudian perencanaan atau strategi yang telah dirancang diuji melalui tindakan-tindakan yang nyata dalam medan peperangan.<sup>20</sup>

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) strategi dapat diartikan sebagai ilmu dan seni menggunakan sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Atau strategi dapat diartikan ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh dalam perang, dalam kondisi yang menguntungkan.

---

<sup>20</sup> Mohammad Asrori, "Pengertian, tujuan dan Ruang Lingkup strategi Pembelajaran," *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar* 5, no. 2 (2013): 164 <https://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/madrasah/article/view/3301/5117>

Dari beberapa pengertian di atas dapat ditarik sebuah benang merah bahwa yang dimaksud dengan strategi adalah ilmu, seni, taktik, atau cara yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan dengan mengidentifikasi, menganalisis, dan mempertimbangkan kelemahan dan kekurangan yang ada. Sehingga dalam penentuan strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, maka strategi banyak digunakan orang untuk menunjukkan arah guna mencapai tujuan dan sebagai petunjuk operasional.

Strategi ini juga yang sekarang digunakan untuk media massa dalam mempublish program-program acara. Untuk mencapai tujuan dari program acara maka dibutuhkan strategi *programming* agar dalam penayangan konten di media massa dapat menggaet banyak penonton maupun pendengar.

Tujuan dari pembentukan *programming* adalah strategi atau upaya untuk menggaet banyak audiens untuk menonton konten yang telah ditayangkan pada media massa.<sup>21</sup> Penentuan *programming* didasarkan pada kebutuhan dari penonton, jadwal penayangan program terhadap aktivitas penonton, dan pembelian program yang sesuai bagi penonton, dan yang terakhir adalah evaluasi untuk memperbaiki program kedepannya.

Menurut Sydney W. Head menyatakan bahwa strategi *programming* terdapat lima aspek utama, yaitu *compatibility* (kesesuaian), *habit formation* (membangun kebiasaan), *control audience flow* (mengontrol aliran pendengar), *conservation of program resource* (pemeliharaan sumber daya program), dan *breadth appeal* (daya tarik yang luas).<sup>22</sup>

*Compatibility* (kesesuaian) yaitu program acara yang harus disesuaikan dengan aktivitas sehari-hari dari penonton, kapan penonton melakukan kegiatan sarapan, kerja, istirahat, dan lain sebagainya, tentunya dalam penjadwalan program acara ditentukan dengan kegiatan penonton yang berbeda-beda disetiap waktunya. Hal yang dilakukan untuk membangun kebiasaan penonton yaitu dengan cara

---

<sup>21</sup> Adi Pratama Putra, dkk, "Strategi *Programming* Program "Metro Pagi Primetype" dalam Mempertahankan Rating," *Jurnal Common* 3, no. 1 (2019): 7 <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1501>

<sup>22</sup> Ahmad Fahrudin dan Nur Aini Shofiya, "Kajian Teori Strategi *Programming* Sydney W. Head Pada Program Acara Dakwah ADiTV," *ProTVF* 3, no. 1 (2019): 5 <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.21207>.

penjadwalan, memilih tipe program acara yang sesuai, dan penyesuaian dengan pokok permasalahan di tengah-tengah publik.<sup>23</sup> Disitulah letak programmer membuat jadwal penayangan program acara agar dapat dinikmati oleh banyak kalangan. Disesuaiakannya dengan aktivitas penonton atau khalayak untuk menyesuaikan isi dari konten program acara yang akan ditayangkan.

*Habit formation* (membangun kebiasaan) yaitu lamanya waktu penayangan program agar mampu mempengaruhi penonton sehingga membangun kebiasaan mereka, dengan begitu penonton tidak akan lari atau pindah ke tayangan yang lain. Pada strategi *programming* dengan membangun kebiasaan akan mempermudah programmer untuk membuat tayangan baru kedepannya. Sehingga setiap program acara yang dibuat harus mampu membangun kebiasaan target penontonnya.<sup>24</sup>

*Control audience flow* (mengontrol aliran pendengar) merupakan strategi yang dilakukan *programmer* untuk tetap menjaga penonton agar tidak berpindah ke channel yang lainnya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan tetap menjaga tayangan, membuat program acara yang berbeda dengan program-program acara di channel yang lainnya, atau membuat program acara yang hampir mirip dengan program acara di channel yang lain.<sup>25</sup>

*Conservation of program resource* (pemeliharaan sumber daya program) adalah program acara yang dibuat harus tetap konsisten dalam menayangkan programnya, karena tidak jarang program acara yang banyak digemari orang kemudian ditayangkan kembali sehingga hal tersebut membuat penonton merasa bosan, sehingga diharapkan crew-crew yang bertugas harus mampu kreatif dan inovatif untuk membuat program acara.

---

<sup>23</sup> Reni Nuraeni, dkk, “Strategi Programming Radio Komunitas (Studi Kasus Radio Komunitas Seni Budaya (RKSB) Ujung Berung Kota Bandung),” *Jurnal Liski* 2, no. 1 (2016): 97 [10.25124/liski.v2i1.50](https://doi.org/10.25124/liski.v2i1.50).

<sup>24</sup> Liliyana, “Strategi Program Siaran Radio Dangdut Di Jakarta (Studi Kasus pada Kenaikan Rating Radio MERSI FM Tahun 2014),” *Jurnal Komunikasi* 8, no. 2 (2017):105 <https://doi.org/10.31294/jkom.v8i2.3094>.

<sup>25</sup> Marhamah, “Strategi Penyiaran RRI LHOKSEUMAWA dalam Meningkatkan Kepuasan Pendengar,” *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam* 9, no. 1 (2019): 61 <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1748777>.

*Breadth appeal* (daya tarik yang luas) merupakan program acara yang dibuat harus bisa dinikmati oleh masyarakat luas baik dari segi usia maupun jarak lokasi, sehingga program acara mampu menggaet semua audiens dengan mengakomodir semua kesukaan dan keinginan mereka.

Sebutan untuk orang memegang posisi *programming* adalah seorang *programmer* yang memiliki andil yang sangat penting, karena setiap program yang dibuat oleh *programmer* berpengaruh terhadap kualitas tayangan di mata publik. Banyak dari stasiun televisi maupun radio yang menggunakan kelima strategi *programming* Sydney untuk mengatasi persaingan dan memaksimalkan performa setiap program-program yang disajikan. Maka dari itu setiap stasiun televisi maupun radio harus memiliki kategorisasi pemirsa atau pendengar agar lebih jelas dan bagaimana program yang cocok untuk mereka. Maka dari itu implementasi strategi *programming* memberikan perhatian yang lebih kepada pemirsa dan pendengar agar dalam pengambilan langkah terdapat kesinambungan.<sup>26</sup>

Langkah pertama yang harus dilakukan *programmer* dalam membuat program siaran adalah dengan menganalisis sasaran pendengar. Melalui analisis tersebut akan didapatkan sebuah data segmentasi pendengar, dan *programmer* kemudian bisa membuat perencanaan program seperti apa yang disukai pendengar dan penjadwalan yang harus tepat dan sesuai. Penjadwalan ini menjadi kunci sukses dalam *programming* agar program siaran tetap bisa mengudara dan mendapatkan perhatian besar pendengar, sedangkan jika pengemasan jadwal yang tidak disesuaikan dengan pendengar akan mengakibatkan program tidak banyak peminat dan tidak bertahan lama. Bahkan untuk mendapatkan jadwal yang sesuai, gender dan rutinitas pendengar harus diperhatikan seperti segmentasi yang ditujukan untuk remaja maka sebaiknya program siaran jangan ditaruh saat mereka berada di jam sekolah dan hindari waktu yang larut malam. Akan tetapi jika segmentasi adalah

---

<sup>26</sup> Malik Abdul Jabbar dan Kartini Rosmalah, "Strategi *Programming* Televisi Swasta dalam Program Tayangan *Prime Time*," *Journal of Strategic Communication* 9, no. 1 (2018): 24-25, <https://doi.org/10.35814/coverage.v9i1.1112>.

semua umur maka penjadwalan bisa dilakukan di waktu *prime time* (jam mengudara utama).<sup>27</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Sebagai upaya bagi peneliti untuk melanjutkan penelitian maka dilakukan riset terhadap penelitian-penelitian terdahulu. Tujuan dari peninjauan penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari penelitian yang akan dilakukan, maka dari itu riset penelitian terdahulu ini sangatlah penting untuk menunjukkan penelitian yang akan dilakukan ini benar-benar orisinal. Selain itu riset penelitian terdahulu ini juga menunjukkan bahwa penelitian yang akan dilakukan memang terbaru dan belum ada pembahasan sebelumnya. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang relevan dan dapat dijadikan referensi untuk judul “Strategi *Programming* Sydney W. Head pada program Siaran Nuansa Senja di Radio Manggala” sebagai berikut:

Penelitian tentang strategi *programming* dalam produksi sebuah program acara telah dikaji oleh berbagai kalangan, pertama penelitian yang dilakukan oleh Isyana Tungga Dewi yang berjudul “Strategi *Programming* MNCTV dalam Mempertahankan Program Dakwah”.<sup>28</sup> Hasil penelitiannya memperoleh data bahwa penerapan *programming* di MNCTV telah menerapkan lima strategi yaitu, *compatibility* (kesesuaian), *habit formation* (membangun kebiasaan), *control of audience flow* (mengontrol aliran pemirsa), *conservation of program resource* (pemeliharaan sumber daya program), dan *breadth of appeal* (daya Tarik yang luas). Meski telah menerapkan lima strategi *programming* tersebut MNCTV dalam memberikan tayangan program masih perlu melakukan pembenahan perencanaan program dakwah dan pemilihan program acara apa yang sesuai dengan kebutuhan dari penonton.

Penelitian yang dilakukan ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaannya adalah sama-sama membahas strategi *programming* pada sebuah program acara dakwah dan bagaimana strategi *programming* tersebut dalam mempertahankan program dakwah agar tetap bisa

---

<sup>27</sup> Morisson, “Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi (Jakarta: Kencana, 2009), 161.

<sup>28</sup> Isyana Tungga Dewi, “Strategi *Programming* MNCTV dalam Mempertahankan Program Dakwah” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

dinikmati oleh masyarakat. Adapun perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Isyana Tungga Dewi memilih televisi sebagai objek penelitian, sedang penelitian yang akan diteliti berobjek radio lokal yang tetap mempertahankan eksistensinya dengan berfokus pada program siaran Nuansa Senja.

Penelitian kedua dilakukan oleh Reny Masyitoh dengan judul "Strategi Dakwah Program Radio SAS FM Surabaya".<sup>29</sup> Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sejarah terbentuknya radio SAS FM Surabaya berawal dari siaran dakwah Islam di Masjid Nasional al-Akbar Surabaya yang kemudian disiarkan di radio agar segmentasinya semakin luas. Sedangkan strategi yang digunakan pada program dakwah "Ngaji Fiqih Kontemporer" dan "Tadarus Keluarga" terletak pada narasumber yang berkualitas dan sesuai dengan bidang pembahasan, siaran pada waktu siang hari, adanya sesi tanya jawab, pembahasan yang dikaitkan dengan problematika di keluarga. Data ketiga diperoleh respon pendengar pada dua program dakwah di radio SAS FM Surabaya sangatlah bagus karena mereka mendapatkan jawaban terhadap problematika yang sedang dihadapi.

Penelitian yang dilakukan ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaannya terletak pada objek penelitian yaitu dakwah melalui radio. Perbedaannya jika penelitian ini membahas strategi penayangan dan respon pendengar terhadap program siaran dakwahnya, maka penelitian yang akan dilakukan berkaitan dengan strategi *programming* Sydney W. Head yang kemudian diteliti terkait eksistensi program siaran Nuansa Senja di Radio Manggala Kudus.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Malik Abdul Jabbar dan Kartini Rosmalah dkk dengan judul "Strategi *Programming* Televisi Swasta dalam Program Tayangan *Prime Time*".<sup>30</sup> Penelitian tersebut menunjukkan hasil penelitian dari tim *programming* Kompas TV yang hampir menerapkan lima elemen *programming* Sydney W. Head. Dari penelitiannya memperoleh tiga data yaitu **Pertama**, strategi *programming* yang dilakukan

---

<sup>29</sup> Masyitoh, R, "Strategi Dakwah Program Radio SAS FM Surabaya," *Al'Ilam; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2018).

<sup>30</sup> Malik Abdul Jabbar dan Kartini Rosmalah dkk, "Strategi *Programming* Televisi Swasta dalam Program Tayangan *Prime Time*," *Journal of Strategic Communication* 9, no. 1 (2018).

menentukan segmentasi terlebih dahulu, **Kedua**, dari kelima elemen *programming* hanya di point kelima *Breadth of Appeal* tidak diterapkan maksimal pada program Sapa Indonesia Malam di Kompas TV, **Ketiga**, program acara Sapa Indonesia Malam di Kompas TV dapat bersaing dengan program televisi lainnya yang tayang di jam yang sama.

Penelitian yang dilakukan ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaannya adalah penggunaan teori strategi *programming* Sydney W. Head untuk mengetahui sejauh mana sebuah program acara menerapkannya. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, dimana penelitian ini berobjek pada acara *prime time* di televisi swasta, sedangkan penelitian yang akan diteliti berobjek pada program siaran dakwah di radio lokal.

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Fadhila Nur Juliati dengan judul “Pelaksanaan Strategi *Programming* Radio Mentari FM Sebagai Radio Kesehatan di Surakarta”.<sup>31</sup> Penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa Radio Mentari telah menetapkan lima elemen dari strategi *programming* Sydney W. Head yaitu, *compatibility* (kesesuaian), *habit formation* (membangun kebiasaan), *control of audience flow* (mengontrol aliran pemirsa), *conservation of program resource* (pemeliharaan sumber daya program), dan *breadth of appeal* (daya Tarik yang luas). Akan tetapi pada elemen *compatibility* (kesesuaian) Radio Mentari masih menggunakan sebagai gambaran untuk mengetahui aktivitas keseharian dari pendengarnya.

Penelitian yang dilakukan ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan teori strategi *programming* Sydney W. Head dan menjadikan radio sebagai objek penelitian. Sedangkan perbedaannya jika penelitian ini hanya menganalisis strategi *programming* saja, sementara penelitian yang akan diteliti mengaitkan strategi *programming* sebagai salah satu cara untuk mempertahankan program siaran dakwah Nuansa Senja di Radio Manggala Kudus.

---

<sup>31</sup> Fadhila Nur Juliati, “Pelaksanaan Strategi *Programming* Radio Mentari FM Sebagai Radio Kesehatan di Surakarta,” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021).

### C. Kerangka Berpikir

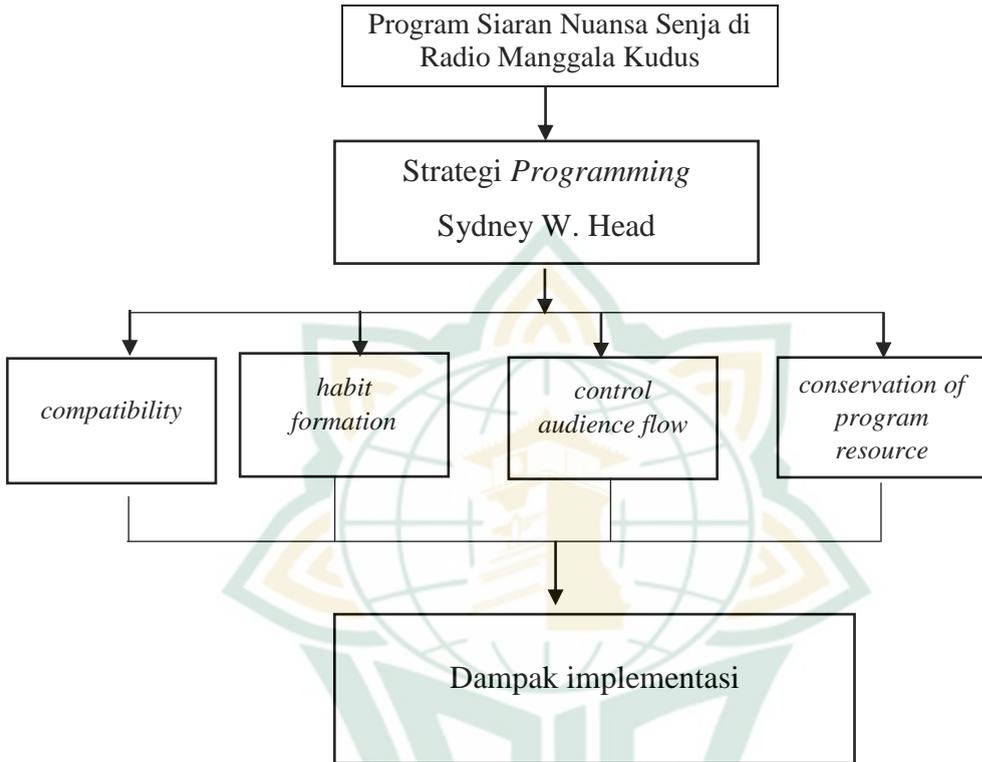
Kerangka berpikir ini dirancang untuk mempermudah peneliti dalam menyusun penelitiannya, sehingga pembahasan dari hasil data yang diperoleh dapat disusun secara rapi dan benar dengan berpedoman pada kerangka berpikir ini. Dimana penyusunan kerangka berpikir disesuaikan dengan penelitian yang akan dilakukan di Radio Manggala Kudus. Kebutuhan masyarakat dengan konten dakwah untuk memenuhi kebutuhan religiusnya menjadi sebab penelitian ini untuk dilakukan, kemudian diketahui bagaimana program siaran dakwah di radio dalam menerapkan strategi *programming* dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan menjaga eksistensi program siaran dakwah tersebut.

Dimana program siaran dakwah adalah sebuah program siaran yang ditayangkan dengan isi konten keseluruhannya berisikan materi dakwah atau keagamaan, baik itu berupa ceramah tokoh agama, musik, dan iklan yang dipasang. Sedangkan *programming* merupakan sebuah usaha atau proses untuk melakukan pemilihan, penyeleksian, penjadwalan, dan mengevaluasi program siaran yang akan ditayangkan atau disiarkan. Dalam *programming* ini menjadi point penting dalam meraih jumlah pendengar dan iklan di radio, selanjutnya sistem *programming* harus terus dievaluasi agar semakin baik lagi dalam memberikan program siaran karena keadaan seorang pendengar juga mengikuti kebutuhan, perkembangan zaman, dan *trend* yang sedang terjadi di masyarakat.

Menurut Sydney W. Head *programming* terdapat lima komponen, yaitu *compatibility* (kesesuaian), *habit formation* (membangun kebiasaan), *control audience flow* (mengontrol aliran pendengar), *conservation of program resource* (pemeliharaan sumber daya program), and *breadth appeal* (daya tarik yang luas).<sup>32</sup> Melalui *programming* didasarkan pada perilaku pendengar, sehingga menjadi pertimbangan bagi *programmer* dalam merancang sebuah program siaran di radio.

---

<sup>32</sup> Ahmad Fahrudin dan Nur Aini Shofiya, "Kajian Teori Strategi *Programming* Sydney W. Head Pada Program Acara Dakwah ADiTV," *ProTVF* 3, no. 1 (2019): 5 <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.21207>.

**Tabel 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian**

Melalui kerangka berpikir di atas peneliti telah memaparkan gambaran umum terkait analisis yang akan dilakukan. Objek penelitian tersebut dilakukan di Radio Manggala Kudus dengan berfokus pada satu program siaran yaitu Nuansa Senja, sehingga akan diperoleh data-data yang dapat mendukung proses penyusunan penelitian ini. Penelitian tersebut nantinya akan berfokus pada format *programming* yang selama ini telah diterapkan dengan berpedoman pada lima komponen di atas.

Peneliti juga mengaitkan dengan seberapa besar strategi *programming* tersebut dengan eksistensi program siaran Nuansa Senja di Radio Manggala Kudus. Hal tersebut dirasa penting mengingat saat ini banyak dari masyarakat yang masih menggunakan radio sebagai sumber mencari dakwah, oleh karena

itu kerangka berpikir ini dirancang untuk mencapai tujuan penelitian.

