

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Radio adalah sebuah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan merambat melalui udara dan bisa juga melalui ruang angkasa yang hampa udara, karena gelombang ini tidak memerlukan medium pengangkut (seperti molekul udara).¹

Radio merupakan media massa karena memiliki ciri-ciri dari antara lain: Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola terdiri dari banyak orang. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak karena memiliki kecepatan. Selain itu juga bergerak secara luas dan simultan dimana informasi yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada waktu yang sama. Menggunakan peralatan teknis atau mekanis. Bersifat terbuka, artinya pesan dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin dan suku bangsa, yang berarti, khalayaknya bersifat heterogenan sama.²

Menurut Undang - Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran (UU Nomor 32 Tahun 2002) terdapat empat jenis penyiaran yang menggunakan radio sebagai jasa penyiarannya, yaitu: Radio Publik, Radio Swasta, Radio Berlangganan, dan Radio Komunitas.

¹ Henny Indriyawati, M. Sani Suprayogi. 2011. "Pengembangan Radio Online Sebagai Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Pengembangan Potensi Mahasiswa di Lingkungan Universitas Semarang" dalam *Jurnal Transformatika*, Vol. 9, No. 1. Hal 38.

² Rocky Prasetyo Jati, Mira Herlina. 2013. "Hubungan Antara Radio Streaming dengan Persepsi dan Kepuasan Audiens di PT. MNC Skyvision Jakarta" dalam *Jurnal Komunikasi ASPIKOM*, Vol. 2, No. 1. Hal 591.

Radio publik merupakan radio yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.³

Radio swasta adalah radio yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia, artinya didirikan dengan tujuan mengejar keuntungan yang sebagian besar berasal dari penayangan iklan dan juga usaha lainnya yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.⁴

Radio berlangganan merupakan lembaga penyiaran berbentuk badan hukum, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan dan wajib terlebih dahulu memperoleh izin penyelenggaraan penyiaran berlangganan.⁵

Radio komunitas sebagai lembaga penyiaran, didirikan untuk melayani komunitas tertentu saja, baik dalam konteks suatu batasan geografis maupun dalam konteks rasa identitas atau minat yang sama.⁶ Radio komunitas juga merujuk pada manfaat yang dirasakan atau diperoleh semua pihak yang terlibat, khususnya pada komunitas tersebut.⁷

Karakteristik radio komunitas berbeda dengan radio komersial. Radio komunitas memiliki karakteristik yang dapat menjadi sebuah keunggulan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, karena radio komunitas didirikan dan dikelola oleh masyarakat yang berada dalam sebuah komunitas yang sama, dan

³Undang – Undang Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, Pasal 14.

⁴*Ibid.* Pasal 16.

⁵*Ibid.* Pasal 25.

⁶Atie Rachmiati. 2007. *Radio Komunitas: Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*. (Bandung: Sambiosa Rekatama Media). Hal. 42.

⁷*Ibid.* Hal. 53.

ditujukan khusus untuk melayani kebutuhan dan kepentingan dari anggota komunitasnya.⁸ Oleh karena itu pendengar juga terlibat dalam manajemen maupun proses produksi radio sehingga program yang diberikan sesuai dan memenuhi kebutuhan dalam komunitas itu sendiri.

Karakteristik yang tidak ditemukan pada radio non komunitas yaitu ide awal berasal dari warga komunitas yang memiliki hak dan kebutuhan program yang lebih bermanfaat. Keterlibatan warga yang sangat tinggi sehingga Dewan Penyiaran Komunitas (DPK), bisa mengontrol agar radio tersebut memenuhi kebutuhan dan kepentingan warganya serta siapa saja warga yang ingin menyampaikan informasi dipersilahkan secara terbuka.⁹

Menurut Atie Rachmiati, radio komunitas memiliki beberapa kategori, yaitu: radio komunitas pendidikan, radio komunitas peminatan, radio komunitas wilayah, radio komunitas darurat, dan radio komunitas agama.¹⁰

Radio komunitas pendidikan terdapat di sekolah – sekolah atau kampus perguruan tinggi, yang digunakan sebagai media pembelajaran dalam artian menyebarluaskan materi – materi belajar.¹¹ Selain pendidikan, ada pula radio komunitas peminatan yang didirikan untuk mencari solusi dari permasalahan, tukar menukar informasi dan pengalaman oleh sekelompok orang yang memiliki minat atau pekerjaan yang sama.¹²

⁸Atika, Djuara P.Lubis, Parlaungan A. Rangkuti. 2017. “Tingkat Pemenuhan Informasi Petani Melalui Radio Komunitas” dalam *Jurnal ASPIKOM*, Vol. 3, No. 3. Hal 346.

⁹Atie Rachmiati, *Op.Cit.*, 105.

¹⁰*Ibid.*, hlm 106.

¹¹ *Ibid.*

¹²*Ibid.*

Radio komunitas wilayah didirikan oleh sekelompok warga komunitas yang menempati wilayah tertentu yang relatif terbatas, biasanya memiliki kepentingan dan permasalahan yang dapat dipecahkan bersama melalui radio komunitas tersebut.¹³ Sedangkan radio komunitas darurat lebih mengacu pada radio komunitas yang didirikan secara darurat karena ada bencana alam.¹⁴

Radio komunitas agama ada pada komunitas agama tertentu seperti pesantren untuk yang beragama Islam, atau komunitas agama lainnya. Radio lebih cenderung sebagai media dakwah atau media penyebaran misionaris. Dibentuk untuk memperkuat misi dakwah atau misionaris lembaga keagamaan. Sejalan dengan radio pendidikan, radio ini umumnya bertujuan untuk menyebarluaskan informasi keagamaan, serta memperkuat/ mengoptimalkan hasil belajar.¹⁵

Radio komunitas agama digunakan sebagai media dakwah.¹⁶ Media dakwah adalah alat yang digunakan sebagai perantara dalam rangka pencapaian tujuan dakwah.¹⁷ Dengan segala kelebihan yang dimiliki, maka radio komunitas agama dijadikan sebagai sarana untuk menyampaikan tujuan tersebut kepada para pendengar atau komunitas itu sendiri.

Media dakwah merupakan sarana yang memiliki posisi dan peran “mediasi” yaitu menyampaikan berbagai pesan dakwah dari pihak – pihak diluar dirinya,

¹³ *Ibid.*

¹⁴ *Ibid.*, Hal. 106 – 107.

¹⁵ *Ibid.*, Hal. 106.

¹⁶ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata media merupakan alat (sarana) komunikasi. Sedangkan kata dakwah berarti penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat; seruan untuk memeluk, mempelajari dan mengamalkan ajaran agama.

¹⁷ H. Suarin Nurdin. 2018. “Media Merupakan Sarana Komunikasi dalam Berdakwah” dalam Jurnal Ta’dib, Vol. 16, No. 2. Hal 45.

sekaligus sebagai pengirim pesan dakwah kepada khalayak yang besar jumlahnya dan sekaligus menyerap berbagai macam informasi.¹⁸ Di sinilah peluang dakwah Islam untuk tampil memainkan peranannya di dalam menggunakan media teknologi komunikasi informasi sebagai media dakwah yang efektif.¹⁹

Dalam perkembangannya, radio komunitas cukup efektif dalam menyebarkan materi dakwah dengan target audiens komunitas itu sendiri meskipun dengan terbatasnya ketersediaan kanal dan fungsi radio komunitas sebagaimana diatur dalam Undang – Undang Nomor 32 Tahun 2002. Namun dengan memanfaatkan celah regulasi, radio komunitas dapat melakukan konvergensi media untuk berdakwah sehingga efektivitas dakwah tidak hanya didapat oleh komunitas itu sendiri melainkan masyarakat yang lebih luas. Misalnya seperti Radio Komunitas Ma'dinul Ulum Tulungagung yang memanfaatkan media *streaming*, melakukan sinergi dengan radio siaran swasta, mendirikan TV swasta, mengkombinasikan radio siaran dengan media online, dan mengkombinasikan kegiatan *on-air* dan *off-air*.²⁰

Dengan menggunakan konvergensi media dalam berdakwah, radio komunitas justru mendapatkan dua keuntungan sekaligus. Hasilnya disatu sisi tidak melanggar peraturan, namun disisi yang lain dakwah yang dilakukan berhasil melampaui radius komunitasnya²¹,

¹⁸Eva Maghfiroh. 2016. "Komunikasi Dakwah; Dakwah Interaktif Melalui Media Komunikasi" dalam *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol 2, No. 1. Hal 46-47.

¹⁹Muhammad Raja. 2014. "Dakwah dan Tantangannya dalam Media Teknologi Komunikasi" dalam *Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol 15, No. 1. Hal 79.

²⁰ Redi Panuju. 2017. "Konvergensi Media Dakwah: Studi Kasus Radio Komunitas Ma'dinul Ulum Tulungagung" dalam *Jurnal Komunikasi Islam*. Vol 07 No. 01. Hal. 87.

²¹*Ibid.* Hal 106.

Di Kota Semarang terdapat 6 radio komunitas, empat diantaranya merupakan radio komunitas yang dikhususkan untuk menyebarkan dakwah. Radio komunitas tersebut adalah Radio Askha FM, Radio Nurussunnah, Radio Mutiara Qur'an dan Radio Dakwah Islam (Dais).²²

Ke-4 radio tersebut sudah menggunakan konvergensi media untuk mendukung siaran dakwah agar dapat dijangkau lebih luas oleh masyarakat. Seperti pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Konvergensi Media pada Radio Komunitas Dakwah

No.	Nama Radio	Platform
1	Radio Askha FM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Radio Askha 107.9 FM 2. Website: http://ponpesaska.blogspot.com 3. Facebook: https://www.facebook.com/askhabul.kahfi.10690
2	Radio Nurussunnah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Radio Nurussunnah 107.7 FM 2. Website: https://nurussunnah.com/ 3. Radio Streaming: https://nurussunnah.com/radio/ 4. Youtube: TV Nurussunnah – Saluran Kajian Islami 5. Facebook: Radio Nurussunnah Semarang 6. Twitter: @nurussunnahFM
3	Radio Mutiara Qur'an	<ol style="list-style-type: none"> 1. Radio Mutiara Qur'an AM 1476 kHz 2. Website: https://radiomutiaraquran.com/ 3. Radio Streaming: https://radiomutiaraquran.com/aod 4. Facebook: Radio Mutiara Qur'an Semarang 5. Instagram: radiomutiaraquran 6. Youtube: Radio Mutiara Qur'an AM 1476 kHz Semarang 7. Aplikasi: Radio Mutiara Qur'an Semarang

²²Data base radio FM di Jawa Tengah menurut KPID dan penelusuran lain – lain.

4	Radio Dakwah Islam (Dais)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Radio Dais (Dakwah Islam) 107,9 FM 2. Website: http://dais1079fm.com/ 3. Radio Streaming: http://dais1079fm.com/ 4. Facebook: Radio Dais (Dakwah Islam) 107,9 FM 5. Instagram: radiodais1079fm 6. Twitter: radiodais1 7. Youtube: Radio Dais 8. Aplikasi: Daisplay
---	---------------------------	--

Sumber: Observasi Peneliti pada 10 Juli 2021.

Dari tabel diatas, radio Dais memiliki lebih banyak platform media yang digunakan daripada radio komunitas yang lainnya. Selain itu, dari kurun waktu bulan Januari 2021 Dais lebih aktif memberikan informasi dilihat dari intensitas membagikan informasi kajian dakwah di setiap platformnya.

Di www.dais1079fm.com Dais juga menyediakan Chat Box yang digunakan sebagai sarana interaksi dari pendengar untuk penyiar sebagai pengganti sms atau telepon karena tidak ada biaya/pulsa yang harus dikeluarkan untuk berinteraksi dengan penyiar. Hal tersebut yang tidak dimiliki radio komunitas dakwah yang lain.

1.1 Rumusan Masalah

“Bagaimana pengelolaan konvergensi media yang dilakukan oleh Radio Komunitas Dakwah Islam (DAIS)?”

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan konvergensi media yang digunakan Radio Komunitas Dakwah Islam (DAIS).

1.3 Manfaat Penelitian

1.3.1 Secara Akademis:

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam bidang akademik terutama tentang konvergensi media di radio komunitas, serta dapat menjadi bahan referensi untuk melakukan penelitian yang akan datang.

1.3.2 Secara Praktis:

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk menambah pengetahuan berbagai kalangan seperti teoritis, praktis, dan aktivis atau pelaku penyiaran radio komunitas sebagai bahan untuk melakukan evaluasi dalam bidang konvergensi media di radio komunitas.

1.4 Lokasi Penelitian

Lokasi dari penelitian berada di Radio Dakwah Islam yang terletak di wilayah Masjid Agung Jawa Tengah, Semarang, Jawa Tengah.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami tentang isi penelitian ini, peneliti akan menjabarkan sistematika penulisan dari penelitian ini sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang permasalahan yang menjabarkan tentang topik dalam penelitian ini, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II: Landasan Teori

Pada bab ini berisi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, serta teori yang digunakan oleh peneliti dalam menyusun penelitian yang

akan dilakukan, seperti definisi radio komunitas, radio dakwah dan konvergensi media.

Bab III: Metode Penelitian

Bab III ini akan menjabarkan tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang berisi jenis penelitian, fokus penelitian dan sumber data (data primer dan data sekunder), teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab IV ini peneliti akan menjelaskan tentang temuan-temuan dalam penelitian, hasil analisis dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan dengan menggunakan teori yang terdapat pada bab II.

Bab V : Simpulan dan Saran

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil pembahasan dan saran dari peneliti.

