

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang pesat membawa perubahan signifikan dalam hal melakukan komunikasi. Dengan adanya perkembangan dalam berkomunikasi, komunikasi juga dapat menyebarkan suatu informasi melalui media massa. Media massa meliputi media cetak, media elektronik dan media online. Media cetak meliputi koran, majalah, buku, dan sebagainya. Media elektronik terbagi menjadi dua macam, yaitu radio dan televisi. Sedangkan media online meliputi media internet.

Media massa merupakan alat untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat agar masyarakat lebih mudah dalam memperoleh informasi¹. Melalui media massa, masyarakat dapat memperoleh berbagai informasi, seperti berita mengenai peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi, baik di dalam negeri maupun luar negeri, dapat diakses dengan cepat dan mudah melalui media massa. Kemampuan media massa dalam menyampaikan informasi secara efektif memungkinkan pendengar untuk memperoleh berita terkini dan relevan dalam waktu yang relatif singkat.

Salah satu bentuk media massa yang memiliki peran krusial dalam hal ini adalah radio. Sebagai media massa, radio memiliki peran utama dalam penyampaian informasi melalui saluran suara, yang memungkinkan audiens untuk mengakses dan menerima informasi dengan cara yang mudah dan efektif. Peran media massa tidak dapat dipisahkan dari fungsi utamanya, sehingga media massa perlu senantiasa memperhatikan dan mengingat fungsi tersebut. Menurut Pasal 3 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers, media massa memiliki empat fungsi utama, yakni **fungsi informasi**: Menyampaikan informasi yang penting dan relevan bagi masyarakat. **Fungsi pendidikan**: Memberikan wawasan dan pengetahuan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. **Fungsi hiburan**: Menyajikan konten yang menghibur dan menyenangkan bagi masyarakat. **Fungsi kontrol sosial**: Melakukan pengawasan terhadap jalannya kehidupan bermasyarakat dan bernegara, serta memberikan kritik dan koreksi terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum². Dalam hal ini, Radio juga memiliki kebebasan dalam melakukan penyiaran dan peliputan meliputi informasi, pendidikan, hiburan, kontrol serta perekat sosial sehingga radio dijuluki "*Fifth Estate*"³.

¹ Ismail Ibrahim dan Samsiah, "FUNGSI MEDIA MASSA BAGI MASYARAKAT DI DESA MOIBAKEN" dalam *jurnal KOPI SUSU: Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, No. 1, Vol. 4, 2022, hal. 39

² Undang-Undang (UU) Nomor 40 Tahun 1999 adalah UU tentang Pers yang mengatur kebebasan pers, hak-hak wartawan, dan perlindungan pers.

³ Elvinaro, dkk., "Komunikasi Massa Suatu Pengantar", (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hal. 7

Radio di Indonesia mencapai puncak kejayaannya pada tahun 1980-an. Pada masa itu, radio menjadi salah satu sumber hiburan utama bagi masyarakat Indonesia sehingga membangun peradaban tersendiri, karena dapat diakses dan dinikmati oleh berbagai kalangan tanpa kesulitan. Berawal dari program Sandiwara Radio, radio berhasil menarik perhatian dan memikat hati banyak orang yang mendengarkannya. Radio di Indonesia mempunyai dasar hukum Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dan Undang-Undang No. 36 tahun 1999 tentang Telekomunikasi. Menurut UU No. 32 Tahun 2002 pasal 1 ayat 3, Penyiaran radio adalah media komunikasi massa dengar yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka, berupa program yang teratur dan berkesinambungan⁴.

Namun, disisi lain, kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini yang semakin mempermudah penyebaran informasi dengan sangat cepat dan lebih aktual berdampak pada eksistensi radio, yang dulunya menjadi sumber utama informasi dan hiburan bagi masyarakat berpengaruh pada menurunnya jumlah pendengar radio saat ini, karena banyaknya alternatif media baru yang lebih mudah diakses dan menarik. Berdasarkan data survey Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa di Indonesia, penikmatnya pun masih ada. Tercatat 10,3% orang Indonesia masih setia mendengarkan radio. Rata-rata durasi pendengar sekitar 32 menit/hari berdasarkan laporan lain dari We Are Social⁵.

Berdasarkan data tersebut, terdapat tantangan tersendiri dalam mempertahankan eksistensi radio di tengah persaingan dengan berbagai platform media lainnya. Untuk menjaga kelangsungan dan eksistensinya, diperlukan strategi yang efektif dan tepat guna untuk menarik perhatian masyarakat agar tetap mendengarkan radio. Eksistensi industri radio dapat dibangun dengan penerapan strategi komunikasi, mulai dari menyesuaikan pada karakteristik audiens yang dituju sampai memaksimalkan segala aspek demi mempertahankan radio. Saat ini, banyak upaya untuk mentransformasi radio jurnalistik menjadi layanan digital, seperti melalui aplikasi di smartphone. Namun, banyak dari inisiatif ini mengalami kesulitan dalam mempertahankan pengalaman mendengarkan radio yang autentik, yang berujung pada rendahnya daya tarik di platform media digital. Fenomena ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain pergeseran preferensi audiens yang kini lebih memilih konten dengan durasi singkat dan mudah diakses, seperti yang ditawarkan oleh platform digital baru. Selain itu, tantangan teknis seperti kualitas sinyal yang tidak stabil, terutama saat cuaca buruk, serta keterbatasan perangkat yang tidak dilengkapi dengan fitur radio FM built-in, turut mempengaruhi pengalaman mendengarkan radio secara digital. Untuk itu, penting bagi industri radio untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi, agar tetap relevan dan mampu mempertahankan pengalaman mendengarkan yang berkualitas

⁴ Undang-undang No. 32 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi

⁵ GoodStats, "Preferensi Pengguna Radio Anak Muda Indonesia 2024", <https://goodstats.id/publication/preferensi-pengguna-radio-anak-muda-indonesia-2024-NCxWM>, diakses pada 3 Januari 2025)

bagi audiensnya⁶. Dengan penerapan strategi komunikasi yang tepat diharapkan semakin banyak yang mendengarkan radio dari berbagai kalangan.

Radio MADU FM berupaya untuk mempertahankan eksistensinya bersama alumni santri Ma'dinul ulum melalui berbagai *event* dan segmen-segmen eksklusif lainnya sehingga radio MADU FM ini bisa eksis yang diwujudkan melalui program acara untuk mereka. Hasil observasi menunjukkan bahwa Radio MADU FM menggunakan strategi komunikasi *relationship* untuk meningkatkan eksistensinya dengan salah satunya menggunakan pendekatan strategi hubungan pers dan publisitas produk, seperti mengadakan *event-event* tertentu sekaligus menginformasikan bahwasanya *event* tersebut dirnuat dalam berbagai media massa, salah satunya Radio MADU FM. Untuk itu peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap Radio MADU FM sebagai objek penelitian ini. Radio MADU FM adalah radio komunitas yang terletak di Kota Tulungagung, dengan fokus utama pada pendidikan dan dakwah. Oleh karena itu, program acara yang disiarkan di radio ini mencakup berbagai konten seperti pengajian, hiburan, dan pendidikan telah dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan minat warga setempat. Sehingga pendengar bisa mendapatkan informasi yang berkaitan pendidikan Islam dan memperkenalkan budaya Islam yang benar, terkhusus pengajian dari KH. Ahmad Badjuri pendiri pondok pesantren Ma'dinul Ulum.

Dengan hadirnya Radio Komunitas, masyarakat diajak untuk berperan aktif dalam pengembangan lembaga penyiaran tersebut. Tujuan utama dari keberadaan Radio Komunitas adalah untuk memberikan layanan dan manfaat kepada komunitas tempat lembaga penyiaran tersebut beroperasi, dengan mengedepankan kepentingan lokal dan kebutuhan informasi yang relevan bagi anggota komunitas⁷. Penetrasi program acara MADU FM sendiri meliputi siaran musik (pop indonesia, dangdut, barat, tradisional, keroncong, kosidah, dll), olahraga, berita, pendidikan, dll. dengan sasaran audiens meliputi semua golongan.

Radio MADU FM merupakan suatu stasiun radio komunitas yang dioperasikan di suatu lingkungan atau wilayah tertentu, yang di peruntukkan khusus bagi warga setempat, yang berisikan acara dengan ciri utama Informasi daerah setempat (Local Content). berdiri sejak tahun 2008 sampai saat ini masih lancar dan efektif melakukan siaran untuk pendengar setianya⁸.

Beberapa tantangan yang harus dihadapi Radio MADU FM untuk mempertahankan eksistensinya dalam menggaet pendengar yangmana makin banyak radio komunitas yang juga menghadirkan program acara yang sejenis sehingga menjadi sebuah tantangan tersendiri untuk Radio MADU FM. Hal ini membuat Radio MADU FM diharuskan mampu menerapkan strategi komunikasi yang tepat, salah satunya dengan menggandengan alumni santri Ma'dinul Ulum dari berbagai daerah sehingga diharapkan mampu mendongkrak eksistensi radio

⁶ Santa Cicilia Sinabariba, Eksistensi Radio: Tantangan dan Peluang di Era Digital dan Post-Pandemic COVID-19, dalam jurnal Lensa Mutiara Komunikasi, No. 7, Vol. 2, 2023, hal. 12.

⁷ Neti Sumiati Hasandinata, Peran Pengelola Radio Komunitas dalam Mengembangkan Siaran Kearifan lokal, dalam *jurnal Penelitian Komunikasi*, No. 2, Vol. 17, 2014, hal. 167

⁸ Dokumen Pra-Observasi di kantor Radio MADU FM Tulungagung

MADU FM itu sendiri, salah satunya menggunakan strategi *marketing public relations* dengan mengadakan *event* pengajian dan reuni alumni santri Ma'dinul Ulum yangmana dikelola langsung oleh alumni dan disiarkan langsung melalui radio MADU FM.

Berikut keistimewaan dan keunikan daripada penggunaan staretegi *marketing public relations* yang diterapkan oleh Radio MADU FM dalam meningkatkan eksistensinya:

Memperkuat Brand di Komunitas Santri dan Religius, *event* pengajian dan reuni santri akan memperkuat citra Radio Madu FM sebagai media yang dekat dengan nilai-nilai keagamaan dan komunitas pesantren. Hal ini akan memperluas kepercayaan publik, khususnya di kalangan pendengar religius.

Meningkatkan Loyalitas Pendengar, dengan mengundang alumni santri dan tokoh agama, Radio Madu FM bisa membangun hubungan emosional yang lebih kuat dengan pendengarnya. Ini meningkatkan loyalitas karena mereka merasa menjadi bagian dari komunitas yang sama.

Meningkatkan Jumlah Pendengar dan Jangkauan, *event* semacam ini biasanya menarik massa yang besar, baik secara offline maupun online (melalui live streaming atau siaran ulang di radio). Ini memberi peluang untuk menarik pendengar baru yang sebelumnya belum familiar dengan Radio Madu FM.

Peluang Kolaborasi dan Sponsorship, *event* besar membuka kesempatan kerjasama dengan pihak luar: pesantren, lembaga dakwah, bisnis lokal, bahkan pemerintah daerah. Ini bisa jadi sumber pendanaan dan memperluas jaringan Radio Madu FM.

Menumbuhkan Rasa Kepemilikan Komunitas, ketika alumni dan santri dilibatkan dalam kegiatan radio, mereka merasa memiliki andil terhadap Radio MADU FM. Ini mendorong mereka untuk jadi pendengar aktif, bahkan promotor sukarela.

Meningkatkan Citra Positif di Masyarakat, Radio yang aktif mengadakan kegiatan positif seperti pengajian dan reuni santri akan dipandang sebagai media yang membawa manfaat dan nilai moral tinggi. Ini penting untuk mempertahankan reputasi di tengah persaingan media.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi strategi komunikasi yang diterapkan oleh Radio MADU FM untuk meningkatkan eksistensinya melalui alumni santri Ma'dinul Ulum, khususnya sebagai radio komunitas yang fokus sebagai media dakwah dan pendidikan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi para pengelola stasiun radio, agar mereka dapat mempertahankan eksistensinya di tengah maraknya perkembangan media online yang semakin inovatif dan terus berkembang. Maka dari itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul "**Strategi Komunikasi Marketing Public relations Radio MADU FM Dalam Meningkatkan Eksistensi Melalui Alumni Santri Ma'dinul Ulum**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka fokus penelitiannya sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana strategi komunikasi *marketing public relations* Radio MADU FM dalam meningkatkan eksistensi melalui alumni santri Ma'dinul Ulum?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

- 1.3.1 Mendeskripsikan strategi komunikasi *marketing public relations* Radio MADU FM dalam meningkatkan eksistensi melalui alumni santri Ma'dinul Ulum.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis maupun praktis, yaitu:

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan bidang Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam. Selain itu, diharapkan dapat bermanfaat guna untuk mempertahankan eksistensi media penyiaran melalui Radio.

1.4.2 Secara Praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tambahan mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh Radio MADU FM, serta memperkaya kajian teori yang berkaitan dengan interaksi sosial masyarakat secara langsung.

b. Bagi instansi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumen evaluasi bagi Stasiun Radio MADU FM dalam menilai kualitas acara yang disajikan kepada masyarakat, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan jumlah audiens untuk mengikuti siaran radio secara berkelanjutan serta mempublikasikan stasiun Radio MADU FM beserta program kerja yang dilaksanakan, secara tertulis dalam konteks akademik.

c. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi masyarakat setempat serta desa-desa sekitar, dengan memudahkan mereka dalam memahami fungsi dan peran Radio MADU FM. Selain sebagai sarana dakwah dan pembelajaran, radio ini juga diharapkan dapat berfungsi sebagai media pelestarian budaya daerah yang semakin tergerus oleh arus perkembangan media online.