

Manajemen Strategi Dakwah Radio Di Era Digital

Bambang Agus Setiyawan

Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
bambanghumas@gmail.com

Umi Halwati

Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
bambanghumas@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat telah menyebabkan perubahan tatanan berbagai sektor kehidupan, tak terkecuali dalam dunia penyiaran radio. Hal ini jika tidak disikapi dengan baik bisa berakibat fatal dengan ditinggalkannya media tersebut oleh penggemarnya dan beralih ke yang lainnya. Radio Insani Purbalingga yang dalam siarannya fokus terhadap dakwah islami harus beradaptasi dengan menerapkan manajemen dan strategi dalam menghadapi kondisi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan memakai prinsip POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). Dalam pengelolaan dan strategi yang dimaksud, Radio Insani Purbalingga melakukan penyusunan program acara, melakukan pemilihan dan pemilahan narasumber, serta menempatkan acara tersebut di waktu yang tepat sehingga lebih menarik bagi khalayak. Selain itu, radio Insani FM juga menggunakan kanal *online* sebagai pendukung dan memperluas daya jangkau terhadap *audiens*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Radio Insani Purbalingga mampu menjalankan manajemen dan strateginya dengan baik sehingga bisa menjaga keberadaannya sebagai radio media dakwah pada era digital

Kata Kunci: Manajemen, radio, strategi, dakwah

ABSTRACT

The rapid development of information technology has caused changes in the order of various sectors of life, including in the world of radio broadcasting. This, if not addressed properly, can be fatal with the abandonment of the media by his fans and moving on to others. Radio Insani Purbalingga, which in its broadcast focuses on Islamic dawah, must adapt by implementing management and strategies in dealing with these conditions. This research uses a qualitative approach using the concept of POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling). In the management and strategy, Radio Insani Purbalingga prepares the program of the event, selects and sorts the speakers, and places the event at the right time so that it is more attractive to the audience. In addition, Insani FM radio also uses online channels as support and expands its reach to the audience. The conclusion of this study is that Radio Insani Purbalingga is able to carry out its management and strategy well so that it can maintain its existence as a da'wah radio in the digital era.

Keywords: Management, radio, strategy, da'wah

PENDAHULUAN

Secara etimologis, kata dakwah dari bahasa Arab yang mempunyai arti seruan, ajakan atau panggilan. Da'i yaitu orang yang melakukan seruan atau ajakan. Proses memanggil atau menyeru tersebut juga merupakan suatu proses *tabligh* (penyampaian) atas pesan tertentu, untuk itu orang

tersebut bisa disebut juga dengan istilah mubaligh, yaitu orang yang berperan menjadi penghubung untuk menyampaikan pesan (message) kepada komunikan. Maka dari itu dakwah juga bisa disebut sebagai salah satu bentuk aktivitas komunikasi, yang secara khusus mengkomunikasikan pesan-pesan yang bersifat islami.

Dakwah bisa dilakukan melalui sarana berbagai media, termasuk didalamnya media radio. Dakwah melalui radio dilakukan melalui kerja tim produksi bersama dengan nara sumber dan penyiar dengan cara menyusun suatu kenyataan sebagai pesan dakwah melalui musik, informasi, dan format khusus atau format ragam (*variety format*) menerapkan ke tiga format tersebut.

Laju perkembangan teknologi yang sangat cepat tersebut telah mengubah cara masyarakat dalam berkomunikasi dan dalam mendapatkan informasi. Lahirnya berbagai platform media sosial menjadikan setiap orang bisa menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Ketergantungan menggunakan teknologi komunikasi telah menjadi bagian penting keberlangsungan peradaban manusia. Masa media konvensional mengawali dan menyumbangkan efek sangat penting dalam memberikan informasi. Adanya teknologi membuat sistem jurnanisme bergeser, mulai berita muncul di *platform online* yang berdampak bagi kelompok media berita, audiens, dan praktik media yang sangat epistemik karena mereka beradaptasi untuk memproduksi konten untuk platform digital seperti sebagai Facebook dan Twitter (Ekstrom dan Westlund, 2019) dalam (Eldridge, Hess, Tandoc, & Westlund, 2019:397).

Berbicara mengenai media massa, tentu tidak bisa lepas dari persoalan mengenai bagaimana media memproduksi konten yang sesuai dengan keinginan serta kebutuhan pasar. Media yang tidak mampu menghadapi tantangan jaman akan tenggelam dan tergilas oleh perubahan.

Radio masih memiliki tempat di hati pendengarnya, di tengah hadirnya berbagai media baru. Radio masih diminati oleh sekitar 30-37% pendengarnya (RG, 2019) ditunjukkan dari hasil survei Nielsen. Radio harus berani bersaing dengan media baru yang didukung dengan teknologi yang inovatif dan menawarkan unsur fleksibilitas dan pilihan yang bisa ditentukan sendiri (Albarran dkk., 2007). Jaringan internet yang sangat mudah diakses kini seakan menjadi solusi bagi khalayak untuk mengakses berbagai informasi, hiburan dan lainnya. Sesuai survei APJII, pengguna internet saat ini sebesar 64,8% dari total penduduk Indonesia (APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa, 2019). Maka, dapat dikatakan bahwa hampir sebagian besar khalayak mengandalkan internet dalam kesehariannya.

Secara tidak langsung, hal ini menunjukkan bahwa hadirnya media baru, salah satunya media digital untuk mengakses informasi dan hiburan, membuat posisi radio tidak seaman sebelumnya. Untuk itu, menjadi menarik untuk mengetahui bagaimana dakwah melalui radio masih bisa eksis ditengah beragamnya media yang ada di masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). Peneliti dalam penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Peneliti mengumpulkan informasi dari lapangan tanpa berusaha mempengaruhi informan. Penelitian kualitatif yang menjadi instrument utama adalah peneliti sendiri sehingga dapat menggali masalah yang ada dalam masyarakat. Penelitian berperan aktif dalam memuat rencana penelitian, proses, dan pelaksanaan penelitian, serta menjadi faktor penentu dari keseluruhan proses dan hasil penelitian. Pada penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Radio Insani merupakan sebuah radio swasta komersial yang bernaung dibawah bendera PT Radio Suara Cendekia perkasa yang melakukan siaran pada frekuensi 88,8 FM. Studio radio ini bertempat di Lantai 3, Pondok Pesantren Tunas Ilmu Desa Kecamatan Kedungwuluh Kabupaten Purbalingga. Sebelumnya radio ini adalah radio swasta umum yang bernama Fika FM, kemudian pada bulan juni 2018 diakuisisi dan berganti nama menjadi Radio Insani yang memfokuskan siarannya pada materi dakwah islami, dimulai dari jam 05.00 wib pagi sampai jam 22.00 wib malam.

Nama Insani merupakan akronim dari kata Inspiratif, Santun, dan Islami yang juga dijadikan jargon dari radio Insani FM. *Coverage area* dari radio ini meliputi wilayah Kabupaten Purbalingga, Kabupaten Banyumas, Kabupaten Cilacap, Kabupaten Banjarnegara, dan Sebagian wilayah Kabupaten Kebumen. Sedangkan audien dari radio Insani FM kebanyakan mereka yang berada pada usia dewasa, yaitu usia 25 tahun keatas.

Menurut George R, Terry ada empat fungsi dasar manajemen, yaitu *Planning* / Perencanaan, *Organizing* / Pengorganisasian, *Actuating* / Pelaksanaan dan *Controlling* / Pengawasan), atau biasa disingkat dengan POAC.

a. *Planning* / Perencanaan

Perencanaan merupakan penentuan tujuan media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Pada perencanaan harus ditentukan apa yang dilakukan, kapan dilakukannya, bagaimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya.

Dalam kegiatan ini meliputi perencanaan siaran, perencanaan produksi dan pengadaan materi konten atau isi dari sebuah program yang telah diprogramkan kemudian menjadi rangkaian program dari radio tersebut sesuai misi, fungsi dan tujuan yang akan dicapai, tiap program acara harus

melalui perencanaan yang baik dan matang, karena dengan itu adapat memperlancar proses produksi dan penyiaran.

Radio Insani FM dalam hal ini selalu melakukan perencanaan dalam menyusun dan membuat program acara yang akan disiarkannya. Ada tim kreatif yang ditugaskan untuk menyusun program, materi, dan konten yang aktual dan menarik untuk disajikan kepada audiens. Namun mengingat radio Insani FM adalah radio dakwah, maka pembuatan program pun harus disesuaikan dengan kaidah-kaidah islami serta diselaraskan dengan segmentasi penggemar radio Insani FM.

Untuk menjaga mutu, setiap program, materi, konten yang disusun dan dibuat harus melewati *quality control* terlebih dahulu serta mendapat persetujuan manajemen sebelum dinyatakan layak tayang. Hal ini terutama terkait dengan materi keagamaan, sehingga meminimalisir kemungkinan munculnya materi yang dapat menyebabkan polemik di masyarakat.

b. Organizing / Pengorganisasian

Pimpinan Radio Insani FM dipegang oleh jabatan direktur, yang membawahi *station manager*, teknisi, marketing, penyiar, dan admin. Tugas direktur Radio Insani FM adalah memutuskan kebijakan-kebijakan yang bersifat umum demi kemajuan radio serta membangun relasi dengan berbagai *stakeholder* terkait. Untuk urusan internal radio, tugas kepemimpinan banyak dipegang oleh *station manager*. Sedangkan untuk urusan teknis diserahkan ke masing-masing sektor, yaitu teknisi, *marketing*, penyiar serta admin. Selain itu, *station manager* juga memimpin dalam penyusunan program, strategi *marketing*, serta kegiatan *monev* terhadap semua kegiatan yang terkait dengan radio Insani FM.

c. Actuating / Pengerakan

Tercapainya tujuan bukan hanya tergantung kepada perencanaan dan pengorganisasian yang baik, melainkan juga tergantung pada penggerakan dan pengawasan. Perencanaan dan pengorganisasian hanyalah merupakan landasan yang kuat untuk adanya penggerakan yang terarah kepada sasaran yang dituju. Penggerakan tanpa perencanaan tidak akan berjalan efektif karena dalam perencanaan itulah ditentukan tujuan, budget, standard, metode kerja, prosedur dan program. (Sukarna, 2011: 82-83).

“Nyawa” dari radio adalah bagian *programmer* dan *marketing*. Kedua bagian ini sangat penting karena keduanya akan menopang hidup maupun matinya sebuah radio. Ibarat sebuah restoran, *programmer*lah yang menentukan menu dan resep dari makanan yang akan dijual kepada konsumen. Oleh karena itu, laku ataupun tidaknya acara yang disiarkan oleh radio sangat tergantung dari kreativitas dari *programmer*. Sedangkan laku ataupun tidaknya acara akan berbanding lurus dengan minat pengiklan yang akan memakai radio tersebut sebagai media iklan. Semakin laku sebuah acara

tentu akan memudahkan *marketing* untuk menjual acara tersebut yang berujung pada peningkatan pendapatan radio.

Di radio Insani FM, pergerakan ini dipimpin oleh *station manager*, dimana dia ditugaskan untuk menjaga alur dan ritme radio agar bisa berjalan sesuai dengan garis yang telah ditetapkan. Sebagai sebuah radio dakwah tentu ada perbedaan dalam proses penyiaran maupun dalam mencari iklan. Dalam proses siaran, para penyiar selain harus komunikatif juga dituntut untuk mampu menjaga etika sehingga merefleksikan nuansa dakwah seperti tujuan dari radio Insani FM itu sendiri. Setiap penyiar diminta untuk mampu mencitrakan slogan inspiratif, santun, dan islami dalam setiap acara yang di handelnya.

Kemudian terkait dengan iklan yang menjadi salah satu sumber utama pendapatan, radio Insani FM sampai saat ini masih membatasi untuk bekerjasama dengan iklan lokal tertentu yang selaras dan tidak bertentangan dengan tujuan radio. Sebenarnya ada banyak iklan nasional yang ingin memasang iklan di radio Insani FM, namun pihak manajemen masih sangat selektif untuk memilah dan memilih kerja sama iklan mana yang akan diterima.

d. **Controlling / Pengawasan**

Pengawasan harus dilakukan salah satunya aktivitas yang tidak boleh terlewatkan dari sebuah manajemen penyiaran adalah pengawasan (*controlling*). *Feed forward system* digunakan untuk melakukan koreksi baik pada perencanaan maupun proses pelaksanaan sebelum program berjalan, sedangkan *feedback system* digunakan untuk lebih menyempurnakan langkah-langkah berikutnya agar siarannya dapat lebih baik dan kesalahan yang terjadi tidak terulang lagi.

Manajemen radio Insani FM telah menjalankan fungsi pengawasan ini, baik dalam konteks *feed forward system* maupun *feedback system*. Seperti dijelaskan sebelumnya bahwa salah satu cara untuk menjaga mutu adalah dengan membuat SOP agar dalam setiap perencanaan program, materi, konten yang disusun harus melewati *quality control* terlebih dahulu serta mendapat persetujuan manajemen sebelum dinyatakan layak tayang.

Kemudian untuk konteks *feedback system*, evaluasi dilakukan satu pekan sekali untuk membahas berbagai masalah, kendala, maupun ide demi pengembangan radio. Dalam forum ini semua personil diberi hak dan ruang untuk menyampaikan kritik terhadap program-program yang telah dilaksanakan serta diminta solusi, masukan dan gagasannya guna menyelesaikan masalah tersebut.

Disini dilakukan pula evaluasi terhadap program yang dianggap kurang laku, baik dari sisi peminatan khalayak maupun dari sisi pengiklan. Hasil dari evaluasi ini akan dicarikan jalan pemecahannya untuk menaikkan rating acara dimaksud, dan biasanya akan dikasih waktu sekitar

tiga bulan, bila ternyata tidak mengalami perbaikan maka akan diusulkan program/acara tersebut untuk dihapus/diganti.

Selain melakukan manajemen melalui teori POAC, radio Insani FM juga melakukan berbagai terobosan agar mampu bersaing dengan media-media baru yang lahir di era digitalisasi saat ini. Dakwah yang dilakukan tidak hanya melalui ceramah saja namun juga melalui edukasi IPTEK, kesehatan, maupun kewirausahaan yang bekerja sama dengan narasumber profesional dibidangnya. Salah satu program unggulan untuk mendukung hal tersebut diberi nama "Dolan Inspiratif".

Program ini adalah berupa wawancara santai kepada narasumber terkait kiat-kiat dalam menghadapi berbagai permasalahan yang dihadapinya. Selain memberikan edukasi kepada para pendengar, program ini juga menjadi sarana untuk penetrasi untuk menambah khlayak radio Insani FM serta secara tidak langsung akan memperluas jangkauan dakwah radio Insani FM.

Kemudian menyikapi perkembangan teknologi informasi, selain pada saluran 88,8 FM, radio Insani FM juga menyampaikan pesan dakwah dengan memanfaatkan kanal di media *online* yaitu melalui *website*, radio *streaming*, Facebook, dan Instagram. Dengan cara ini radio Insani FM dapat memperluas *audiens* penerima pesan dakwahnya, bahkan bisa menggapai khlayak usia muda yang notabene lebih familiar dengan penggunaan media *online* dan media sosial.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti menganggap radio Insani FM mampu bertahan dari gempuran akibat perkembangan teknologi informasi. Penerapan strategi manajemen dengan pendekatan POAC dapat dilakukan dengan baik sehingga berbagai program siarannya masih bisa diterima oleh khlayak. Selain itu, radio Insani FM juga mampu mempertahankan identitasnya sebagai radio dakwah dengan menerapkan kontrol terhadap kualitas mutu siaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti Indra, Santi. 2013. Jurnalisme Radio (Teori dan Praktik). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Komala dkk. 2014. Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, Hafied. 2016. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. 2010. Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Fachrudin, Andi. 2013. Dasar-Dasar Produksi Televisi. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rahmat. 2012. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : PT. Kencana Perdana.
- Mukarom, Zaenal & Rusdiana. 2017. Komunikasi dan Teknologi Informasi Pendidikan. Bandung: Pustaka Setia.

-
- Morissan. 2013. Manajemen Media Penyiaran. Jakarta: Prenada Media Group.
- Moleong, L.J. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mulyana Deddy. 2010. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. 2011. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Noor, Juliansyah. 2011. Metode Penelitian. Jakarta : Kencana.
- Rakhmat, Jalaludin. 2012. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Sukarna. 2011. Dasar-Dasar Manajemen. Bandung : Mandar Maju.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, Syofian. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2010. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudaryono. 2017. Metodologi Penelitian. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Triartanto.2010. Broadcasting Radio : Panduan Teori dan Praktek. Yogyakarta, Pustaka Book.
- Yin, Robert K. 2013. Studi Kasus Desain & Metode, Jakarta PT. Raja Grafindo Persada.