

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dakwah pada era globalisasi seperti saat ini memiliki berbagai macam cara serta media dalam menyampaikannya. Seiring perkembangan zaman dakwah disampaikan dengan berbagai media. Salah satu media yang digunakan untuk berdakwah di era saat ini yaitu media massa.

Media massa merupakan media yang dapat memberikann pesan dari satu pihak ke banyak khalayak. Media massa digunakan untuk menyampaikan berbagai informasi, hiburan, serta pendapat kepada khalayak luas. Adapun media massa menurut Cangara (2018:124) merupakan alat yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan dari sumber ke khalayak melibatkan penggunaan berbagai media, seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Media massa yang saat ini dimanfaatkan sebagai media untuk menyampaikan dakwah salah satunya yaitu radio. Berdakwah melalui media radio disebut dengan istilah *i'lam* yaitu berdakwah atau menyiarkan pesan Islam melalui *broadcasting* atau media penyiaran. Dakwah di radio menjadi salah satu bagian dari dakwah *bil-lisan* yaitu dakwah melalui perkataan. Dakwah *bil-lisan* di radio disampaikan oleh seorang penyiar radio sebagai *muballigh* kepada para pendengar atau *audiens* radio sebagai *mad'u*. Dakwah melalui radio merupakan dakwah yang memanfaatkan media penyiaran tertua di dunia sebagai sarana untuk mencapai tujuan dari dakwah itu sendiri.

Pemilihan radio sebagai media dalam menyampaikan dakwah memiliki keunggulan dari karakteristik radio. Salah satunya radio merupakan media yang relatif terjangkau dan mudah diakses oleh pendengar. Hal ini membuatnya menjadi pilihan yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak yang luas tanpa memerlukan investasi yang sangat besar. Selain itu, radio juga dapat menjadi saluran komunikasi dua arah melalui panggilan telepon, pesan teks, atau media sosial. Interaksi langsung ini memungkinkan *audiens* untuk berpartisipasi aktif, mengajukan pertanyaan, atau berbagi pandangan, dan menciptakan komunikasi yang lebih erat antara penyampai pesan dakwah dan pendengar.

Dibalik pemanfaatan radio sebagai media dalam menyampaikan dakwah, stasiun radio menghadapi penurunan jumlah pendengar dalam era perkembangan teknologi digital. Minat pendengar terus menurun seiring munculnya produk baru yang menawarkan gaya hidup dengan teknologi lebih canggih, seperti televisi dan internet. Untuk mempertahankan ketertarikan, maka program radio perlu disajikan dengan cara yang menarik sesuai dengan preferensi pendengar.

Menurut hasil survei jumlah pendengar radio di Indonesia yang dikutip dari situs rri.co.id, selama periode Januari hingga Desember 2023, data menunjukkan bahwa hanya 51,1% dari kelompok usia 16 hingga 64 tahun yang mendengarkan radio, menempatkan jumlah pendengar radio pada tingkat terendah dari data pendengar radio di seluruh Indonesia. Angka ini menunjukkan penurunan dibandingkan dengan data tahun 2017 yang mencatat 62,3 juta pendengar di seluruh Indonesia, dengan rata-rata waktu mendengarkan radio 2,5 jam per hari. Hayati dan Ariestanty (2023:9) mengungkapkan bahwa penurunan ini secara jelas dipengaruhi oleh

kemajuan teknologi komunikasi yang terus berkembang. Dengan terus munculnya media komunikasi baru dan inovasi dalam pengembangan media yang ada, radio sebagai media konvensional perlu beradaptasi agar tetap diminati oleh pendengarnya.

Berkaitan dengan banyaknya radio yang mengudara di Indonesia, Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi yang memiliki jumlah lembaga penyiaran yang terhitung banyak mencapai angka 437 lembaga. Selain itu, Adiyana Slamet sebagai Ketua KPID Jabar, menyatakan bahwa Jawa Barat dapat dianggap sebagai representasi kecil dari dunia penyiaran di Indonesia karena keberadaan dan jumlah lembaga penyiaran di provinsi ini merupakan yang tertinggi di Indonesia.

Ditinjau dari keseluruhan lembaga penyiaran di Jawa Barat yang mencapai 437 lembaga, dilansir dari laman jabarprov.go.id tahun 2023 sebanyak 305 lembaga merupakan lembaga penyiaran radio. Berdasarkan data tersebut, 280 lembaga merupakan radio umum dan 25 lembaga merupakan radio dakwah yang memfokuskan siarannya berupa program-program religi. Jumlah radio dakwah di Jawa Barat lebih sedikit dari radio umum, namun radio dakwah tersebut tersebar di kabupaten serta kota di Jawa Barat.

Mengacu pada data tersebut, salah satu wilayah di Jawa Barat yang memiliki potensi perkembangan radio dakwah yaitu di wilayah Kabupaten Subang. Kabupaten Subang merupakan kabupaten dengan jumlah stasiun radio mencapai dua belas dan dua diantaranya merupakan radio dakwah. Kedua radio dakwah tersebut yaitu Radio Elshifa FM dan Radio MQ FM Subang.

Radio Elshifa FM dan Radio MQ FM Subang memiliki fokus konten siaran yang sama yaitu berisi tentang siaran keagamaan. Akan tetapi, kedua radio tersebut memiliki perbedaan yang signifikan dalam konsep menyiarkan siarannya. Radio Elshifa FM dalam program cenderung kepada siaran monolog yang berisi tentang kajian. Sedangkan Radio MQ FM Subang cenderung kepada siaran interaktif antara penyiar dan pendengar sehingga terdapat atensi-atensi yang diberikan oleh pendengarnya.

Radio MQ FM Subang menjadi radio dakwah kontemporer dan interaktif satu-satunya di Kabupaten Subang. Eksistensi Radio MQ FM Subang hadir sebagai perpanjangan tangan dari radio MQ FM Bandung. Radio MQ FM Subang hadir sebagai radio yang menyiarkan siaran dakwah dan bernuansa Islami dengan berbagai program siaran yang disajikan, (Hasil wawancara dengan Ridho selaku manager program Radio MQ FM Subang pada Jumat, 15 Maret 2024).

Radio MQ FM Subang memiliki jangkauan frekuensi siaran *on air* radius 40 km. Wilayah jangkauan frekuensi tersebut hanya wilayah Subang saja. Namun sebagai radio dakwah, Radio MQ FM Subang berupaya merencanakan dan memformat sedemikian rupa agar radio dakwah tersebut dapat didengarkan oleh banyak khalayak umum terkhusus umat Islam yaitu dengan cara menyiarkan siarannya melalui siaran *streaming* yang dapat diakses oleh seluruh negara di dunia dengan jaringan internet.

Luas jangkauan siaran *live streaming* tersebut menjadi salah satu motivasi Radio MQ FM Subang dalam upaya meningkatkan jumlah atensi pendengarnya. Motivasi tersebut diaplikasikan Radio MQ FM Subang melalui siaran kolaborasi dengan Yayasan *Indonesia Learning Quran* (ILQ). Upaya kolaborasi tersebut dilakukan pada Program *Mari Mengaji* yang merupakan program unggulan dari radio MQ FM Subang. (Hasil wawancara dengan Ridho selaku manager program Radio MQ FM Subang pada Jumat, 15 Maret 2024).

Program *Mari Mengaji* merupakan program yang menyiarkan siaran dakwah Al-Quran dengan konsep belajar Al-Quran bersama para asatiz dari Yayasan *Indonesia Learning Quran* (ILQ). Hadirnya ILQ dalam Program *Mari Mengaji* memiliki dampak yang signifikan bagi Radio MQ FM Subang dalam meningkatkan atensi pendengar. Peningkatan atensi tersebut diaplikasikan dengan pengiriman rekaman tilawah para pendengar Program *Mari Mengaji* melalui whatsapp MQ FM Subang. Peningkatan atensi tersebut disebabkan juga karena daya tarik dari para asatidz ILQ dalam menarik minat jamaahnya dalam menyimak siaran dan memberikann atensi dalam siaran tersebut.

Selain itu, kolaborasi antara Radio MQ FM Subang bersama Yayasan *Indonesia Learning Quran* juga melihat perhatian terkait tingkat buta huruf Al-Quran yang tinggi di Indonesia. Menurut penelitian yang dilakukan Dewan Masjid Indonesia pada 2023, dilansir dari laman cnnindonesia.com sekitar 72% masyarakat Indonesia tidak bisa membaca Al-Quran. Angka tersebut sangat tinggi terlebih Indonesia merupakan negara yang penduduknya beragama Islam.

Sedangkan fenomena Indonesia sebagai negara dengan jumlah muslim terbesar di dunia, diharapkan mampu membangun peradaban Islam yang kuat di masa depan. Melansir dari laman resmi Kantor Kemenag Pusat pada tahun 2020, sekitar 87% penduduk Indonesia adalah muslim dan Provinsi Jawa Barat menempati provinsi dengan jumlah penduduk muslim terbanyak yaitu 46 juta jiwa atau 97% penduduk Jawa Barat. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk memiliki pemahaman yang baik tentang Islam berdasarkan Al-Quran dan As-Sunnah.

Melalui data di atas menunjukkan bahwa meskipun mayoritas penduduk Indonesia khususnya daerah Jawa Barat adalah muslim, tetapi masih banyak yang belum terbiasa dengan Al-Quran bahkan belum bisa membacanya. Oleh karena itu, masalah buta huruf Al-Quran ini harus menjadi perhatian semua pihak. Upaya untuk mengatasi buta huruf ini perlu dilakukan secara masif dengan melibatkan pemerintah, ulama, organisasi, komunitas, dan masyarakat secara aktif.

Mengacu dari fenomena tersebut, *Indonesia Learning Quran* (ILQ) hadir memberikann perhatian lebih pada isu tersebut dengan sebuah gerakan yang berbasis dakwah sosial melalui salah satu dari empat program ILQ yaitu "Pelatihan Baca dari Nol". Persepsi yang muncul di masyarakat luas bahwa belajar Al-Quran itu sulit dan membutuhkan waktu yang lama, dalam hal ini ILQ mencoba untuk menepis hal tersebut dengan menggunakan metode ILQ. Metode tersebut hanya membutuhkan waktu empat jam untuk seseorang dari tidak bisa membaca Al-Quran hingga ke tahap mengenal semua huruf, tanda baca dan kaidah-kaidah tajwid sebagai syarat seseorang untuk membaca Al-Quran dengan baik.

Manager Program Radio MQ FM Subang memaparkan berdasarkan data pada tahun 2022 rata-rata pendengar harian program siaran *Mari Mengaji* sekitar lima sampai enam atensi dari pendengar. Kemudian setelah melakukan siaran kolaborasi dengan Yayasan *Indonesia Learning Quran* pada bulan Januari 2023 terjadi peningkatan atensi dari pendengar program siaran *Mari Mengaji* dengan jumlah atensi harian rata-rata sebanyak tiga belas pemberi atensi.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, peneliti merasa tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi siaran kolaborasi Radio Dakwah MQ FM Subang melalui penelitian dengan judul “Strategi Siaran Kolaborasi Radio Dakwah MQ FM Subang Dalam Meningkatkan Atensi Pendengar (Studi Deskriptif di Radio MQ 104,9 FM Subang Pada Program Siaran *Mari Mengaji* Bersama Yayasan *Indonesia Learning Quran*)”

B. Fokus Penelitian

Sesuai dengan latar belakang yang sudah disampaikan di atas, maka fokus penelitian ini, diturunkan dalam rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perencanaan komunikator Radio MQ FM Subang pada siaran *Mari Mengaji* bersama *Indonesia Learning Quran* dalam strategi kolaborasi untuk meningkatkan atensi pendengar?
2. Bagaimana perencanaan pesan siaran Radio MQ FM Subang pada siaran *Mari Mengaji* bersama *Indonesia Learning Quran* dalam strategi kolaborasi untuk meningkatkan atensi pendengar?

3. Bagaimana perencanaan target *audiens* Radio MQ FM Subang pada siaran *Mari Mengaji* bersama *Indonesia Learning Quran* dalam strategi kolaborasi untuk meningkatkan atensi pendengar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk sebagai berikut:

1. Mengetahui perencanaan komunikator Radio MQ FM Subang pada siaran *Mari Mengaji* bersama *Indonesia Learning Quran* dalam strategi kolaborasi untuk meningkatkan atensi pendengar?
2. Mengetahui perencanaan pesan siaran Radio MQ FM Subang pada siaran *Mari Mengaji* bersama *Indonesia Learning Quran* dalam strategi kolaborasi untuk meningkatkan atensi pendengar?
3. Mengetahui perencanaan target *Audiens* Radio MQ FM Subang pada siaran *Mari Mengaji* bersama *Indonesia Learning Quran* dalam strategi kolaborasi untuk meningkatkan atensi pendengar?

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini meliputi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, Secara jelasnya sebagai berikut :

1. Secara Akademis

Peneliti berharap bahwa temuan dari penelitian ini dapat digunakan untuk mendukung perkembangan pengetahuan khususnya dalam bidang Ilmu Tabligh di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, terutama dalam konteks kajian *I'lam*.

2. Secara Praktis

Peneliti berharap bahwa hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi bagi Radio MQ FM Subang mengenai strategi siaran kolaborasi dalam meningkatkan atensi pendengar pada program siaran *Mari Mengaji* bersama Yayasan *Indonesia Learning Quran*.

E. Hasil Penelitian yang Relevan

Dalam upaya mendapatkan hasil maksimal dalam penelitian serta menjadi informLandaasi awal sebelum melakukan penelitian yang relevan, maka peneliti mengambil beberapa hasil penelitian berikut sebagai acuan dalam menyusun proposal penelitian dengan membandingkan persamaan dan perbedaannya.

Pertama, skripsi yang berjudul Strategi Penyiaran Program Dinamika Wilayah Radio Sonata 47 AM Bandung Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar oleh Mumuh dengan NIM 1124050104 dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2016. Penelitian ini berfokus kepada bagaimana perencanaan strategi penyiaran program Dinamika Wilayah yang diterapkan oleh Radio Sonata 47 AM Bandung dalam meningkatkan jumlah pendengar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima tingkat hierarki yang penting dalam strategi penyiaran, Pertama, fokus pada latar belakang budaya yang digunakan dalam program dan memastikan konsistensi dalam penyampaian pesan. Kedua, penempatan segmentasi *audiens* terhadap konten yang ditujukan untuk orang dewasa. Ketiga, menciptakan cara penyampaian berita dalam program

agar menarik perhatian sebanyak mungkin. Keempat, terus mengembangkan jangkauan siaran untuk mencapai lebih banyak pendengar. Kelima, mematuhi prinsip-prinsip jurnalistik dalam proses penelusuran dan penyampaian berita.

Kedua, skripsi yang berjudul Strategi Penyiaran Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Pada Program Acara Gedang Agung di Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Suara Lumajang Kabupaten Lumajang oleh Asirotul Mahfudhoh dengan NIM D20171046 dari Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember pada tahun 2022. Penelitian ini berfokus kepada bagaimana strategi program Gedang Agung dalam mempertahankan minat pendengar di Radio Suara Lumajang, serta bagaimana kategori pendengar yang potensi untuk mempertahankan program Gedang Agung di Radio Suara Lumajang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penyiaran untuk menjaga minat pendengar di Radio Suara Lumajang dalam program Gedang Agung melibatkan beberapa pendekatan, termasuk kesesuaian, pembentukan kebiasaan, pengontrolan arus pendengar, penyimpanan sumber-sumber program, dan daya tarik massa.

Ketiga, skripsi yang berjudul Strategi Radio K-Lite Bandung dalam Menyajikan Berita untuk Mempertahankan Atensi Pendengar (Studi Deskriptif pada Program *Soft Sensation*) oleh Muhammad Salman dengan NIM 1184050123 dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2022. Penelitian ini berfokus kepada bagaimana strategi Radio K-Lite 107.1 FM untuk menjaga minat

pendengarnya terutama dalam program *Soft Sensation* di tengah perkembangan era digital dan segmentasi *audiens* yang spesifik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio K-Lite 107.1 FM menggunakan strategi citizen journalism sebagai cara untuk menjaga perhatian pendengar, dengan melibatkan mereka dalam proses penyajian, penulisan, dan kebijakan pemberitaan dalam program *Soft Sensation*.

Keempat, skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Persuasif Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram Dalam Mempertahankan Eksistensi Siaran Di Era Digital oleh Nanda Annisa dengan NIM 180301052 dari Universitas Islam Negeri Mataram pada tahun 2022. Penelitian ini berfokus kepada bagaimana strategi Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram dalam mempertahankan eksistensi siaran di era digital. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram untuk menjaga relevansi siarannya di era digital meliputi: (1) Menerapkan strategi komunikasi persuasif berdasarkan model AIDDA, (2) Aktif berpartisipasi di media sosial, (3) Mengadopsi pemasaran digital, dan (4) Mengembangkan kualitas sumber daya manusia.

Kelima, skripsi yang berjudul Strategi RRI Cirebon dalam Mempertahankan Khalayak Pendengar (Studi Deskriptif Tentang Program Berita Daerah RRI Cirebon, Jawa Barat) oleh Ilmareta Dwi Pratiwi dengan NIM 1164050078 dari

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2023. Penelitian ini berfokus kepada bagaimana strategi RRI Cirebon dari tahap perencanaan, implementasi, hingga monitoring dan evaluasi untuk tetap relevan dan menarik perhatian pendengar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pelaksanaan strategi RRI Cirebon tetap terstruktur dan mengikuti prinsip-prinsip jurnalisme. Pengawasan dan evaluasi dilakukan melalui pertanggungjawaban hasil program, penilaian terhadap kualitas penyiar dan reporter, tanggapan pendengar, serta hambatan dalam penyajian berita lokal.

Tabel 1.1
Hasil Penelitian yang Relevan

No	Profil	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Skripsi, Mumuh, 2016	Strategi Penyiaran Program Dinamika Wilayah Radio Sonata 47 AM Bandung Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar	Pembahasan tentang strategi pada media radio. Selain itu penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	Strategi penyiaran program tidak melibatkan kolaborasi
2	Skripsi, Asirotul Mahfudhoh, 2022	Strategi Penyiaran Dalam Mempertahankan Minat Pendengar Pada Program Acara Gedang Agung di Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Suara Lumajang Kabupaten Lumajang Tahun 2021	Pembahasan tentang strategi pada media radio. Selain itu penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	Tujuan Penelitiannya yaitu berfokus pada strategi penyiaran dalam mempertahankan minat pendengar
3	Skripsi, Salman Muhammad, 2022	Strategi Radio K-Lite Bandung dalam menyajikan berita untuk mempertahankan atensi pendengar: Studi	Pembahasan tentang strategi pada media radio. Selain itu penelitian	Tujuan Penelitiannya yaitu berfokus pada strategi penyajian berita

		Deskriptif pada Program <i>Soft Sensation</i>	ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	untuk mempertahankan atensi pendengar
4	Skripsi, Nanda Annisa, 2022	Strategi Komunikasi Persuasif Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram Dalam Mempertahankan Eksistensi Siaran Di Era Digital	Pembahasan tentang strategi pada media radio. Selain itu penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	Tujuan penelitiannya, yaitu berfokus pada mempertahankan eksistensi siaran
5	Skripsi, Ilmareta Dwi Pratiwi, 2023	Strategi RRI Cirebon dalam Mempertahankan Khalayak Pendengar (Studi Deskriptif Tentang Program Berita Daerah RRI Cirebon, Jawa Barat)	Pembahasan tentang strategi pada media radio. Selain itu penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	Tujuan penelitiannya yaitu berfokus pada strategi RRI Cirebon dari mulai perumusan, pelaksanaan serta pengawasan dan evaluasi agar mampu bertahan dan dapat perhatian dari khalayak pendengar

Sumber : Data observasi tahun 2023



F. Landasan Pemikiran

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga landasan pemikiran yang terdiri dari landasan teoritis, kerangka konseptual, dan kerangka berpikir. Secara jelasnya sebagai berikut :

1. Landasan Teoritis

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan landasan teoritis sebagai upaya meminimalisir adanya penyimpangan dalam proses penelitian serta

menjadi pondasi yang kuat dalam melakukan penelitian. Selain itu landasan teoritis juga dapat menjadi bahan penjas dan *conseptual frame work*. Oleh karena itu, landasan teori penting sekali ada dalam sebuah penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teori CMC (*Computer Mediated Communication*) yang dikemukakan oleh John December (1997) . Teori CMC menjelaskan interaksi manusia dengan komputer yang melibatkan beberapa individu dalam konteks terbatas untuk saling terhubung dan membentuk media untuk berbagai tujuan. Komunikasi melalui media komputer (*Computer Mediated Communication*) dapat berbentuk setiap komunikasi yang dimediasi oleh teknologi digital. Jadi, percakapan telepon dapat dianggap sebagai komunikasi melalui media komputer jika setiap pembicaraan diubah menjadi format digital, kemudian disalurkan, dan selanjutnya diuraikan kembali oleh pihak yang menerima.

Computer Mediated Communication atau disingkat CMC menurut Arnus (2018:17) dalam bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan melalui perantara komputer. Penelitian tentang CMC ini merupakan bidang yang relatif baru dimulai berkembang sekitar tahun 1987. Dalam konteks CMC, "komputer" tidak hanya merujuk pada perangkat *Personal Computer* (PC) atau laptop, tetapi mencakup semua perangkat berbasis komputer seperti PDA, *smartphone*, tablet, dan sejenisnya. Semua perangkat ini dianggap sebagai media baru dalam proses komunikasi.

Terdapat beragam pandangan mengenai CMC. Beberapa menyatakan bahwa berkomunikasi melalui CMC kurang memunculkan dimensi sosial dan emosional dibandingkan dengan komunikasi tatap muka. Namun, ada juga yang berpendapat bahwa semuanya tergantung pada individu yang menggunakan CMC, karena setiap pengguna memiliki tujuan yang berbeda. Beberapa menggunakan CMC untuk memperkuat hubungan sosial, sementara yang lain menggunakannya untuk mengurangi keterlibatan dengan orang lain. Hal ini sesuai dengan pernyataan Aisyah dan Oktaviani (2018: 45) menyebutkan bahwa CMC adalah proses komunikasi oleh beberapa orang dengan menggunakan media komputer dan sarana pendukung lainnya untuk mencapai tujuan tertentu. Suparno, Sosiawan, dan Tripambudi (2012) menyebutkan bahwa CMC merupakan bentuk komunikasi dengan berbagai alat komunikasi komputer, yang digunakan sesuai dengan tujuan masing-masing pihak. Berdasarkan pendapat Sosiawan & Wibowo (2018) juga dapat diketahui juga bahwa CMC terjadi dalam ruang baku *cyberspace* untuk melukiskan sifat non fisik seperti email, grafis, dan lain-lain.

CMC atau *Computer Mediated Communication* menurut Fakhruroji (2017: 51) mengarah kepada sekumpulan perangkat komunikasi yang dikoneksikan dengan komputer sehingga dapat bertukar informasi. Lebih lanjut lagi Fakhruroji (2017: 52) menjelaskan bahwa terdapat 2 jenis CMC yaitu *ansincronus communication and sincronus communication*. *Ansincronus communication* merupakan sebuah bentuk komunikasi yang tidak sinkron, sedangkan *sincronus communication* memiliki sifat terbalik dengan *ansincronus*

communication , dengan kata lain jenis CMC yang bersifat *sincronus communication* terhubung dengan perangkat komputer dan terjadi siklus sinkronisasi komunikasi.

CMC menurut Fakhruroji (2017: 60-70) memiliki karakteristik sendiri seperti (1) *Networking*, yaitu sesuatu yang bersifat pasti ada dengan berjalannya komunikasi tentang internet dan media baru. (2) *Information*, yaitu media baru CMC melihat informasi tidak hanya sebagai sebuah pesan sebagaimana adanya. (3) *Interface*, yaitu mempermudah komunikasi antar personal dan massa yang melibatkan manusia dan benda-benda teknologi. (4) *Archive*, dalam sifat ini akan dapat menyimpan aktivitas digital dan bisa melihatnya kembali kapanpun dan dimanapun.

Karakteristik dari CMC sangat berkaitan dengan penelitian ini yang memaparkan bagaimana strategi Radio MQ FM Subang dalam meningkatkan atensi pendengar pada program siaran *Mari Mengaji* bersama Yayasan *Indonesia Learning Quran*. Berdasarkan penelitian ini, proses komunikasi yang terjadi melibatkan perantara teknologi komputer dan internet yang terhubung antara komunikator dan *audiens*. Dalam konteks siaran *Mari Mengaji* Radio MQ FM Subang, konsep CMC diaplikasikan melalui bagaimana teknologi digital digunakan sebagai media untuk menyebarkan dakwah dan pengetahuan keagamaan kepada pendengarnya.

Pertama, CMC menjadikan siaran *Mari Mengaji* Radio MQ FM Subang menjangkau pendengar yang luas tanpa terbatas oleh batasan geografis melalui

streaming online dan *platform* digital lainnya, siaran *Mari Mengaji* dapat diakses oleh siapa pun yang memiliki akses internet dan di mana pun mereka berada. Kedua, pada konteks interaksi antara penyiar sebagai komunikator dan pendengar sebagai *audiens*, teori CMC meningkatkan partisipasi aktif para pendengar yang dapat berinteraksi langsung dengan penyiar siaran *Mari Mengaji* melalui pesan teks dan suara yang dikirimkan melalui whatsapp Radio MQ FM Subang. Selain itu, CMC juga berperan dalam konteks siaran *Mari Mengaji* Radio MQ FM Subang melalui forum *online*, grup diskusi, atau akun media sosial, pendengar dapat terhubung dengan komunitas yang memiliki minat yang sama terkait dengan kegiatan keagamaan.

Melalui pendekatan CMC dalam dakwah, individu memiliki kebebasan dalam memilih pesan-pesan yang sesuai dengan preferensinya, karena mereka memiliki kesempatan untuk memilih materi dakwah yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Seperti yang dipaparkan (Arnus, 2018:17) terkait dengan teori komunikasi massa yang dikenal sebagai teori "uses and gratifications," yang menegaskan bahwa khalayak memiliki kebebasan untuk memilih informasi yang diinginkan dan butuhkan. Dalam hal ini, perhatian khalayak akan terfokus pada informasi yang dibutuhkan, bukan informasi yang diberikan kepada mereka secara paksa, seperti yang dijelaskan dalam teori "jarum hipodermik." Pendekatan ini dianggap lebih efektif dalam menyampaikan pesan-pesan persuasif dalam dakwah, karena khalayak cenderung lebih terlibat dengan hal-hal yang mereka anggap menarik.

2. Kerangka Konseptual

Strategi siaran merupakan kegiatan terencana yang dilakukan oleh media massa secara terstruktur untuk menyebarkan gagasan dan informasi melalui program acara dengan bentuk suara yang luas dan terbuka. Strategi menurut Satar (2019: 80) merupakan metode dari lembaga dalam upaya mencapai tujuan yang sesuai dengan adanya peluang. Sedangkan siaran radio menurut Romli (2017: 37) merupakan suatu penyampaian isi program acara pada suatu stasiun radio dalam jangka waktu tertentu.

Radio Dakwah merupakan semua media siaran *audio* yang didalam menyiarkan program siarannya diselipkan bahkan makna-makna kebaikan serta *Amar Ma'ruf Nahi Munkar*. Radio Dahwah menurut Nurhikmah (2017: 13) adalah sebuah media dakwah melalui siaran radio dengan pembaharuan konten menjadi sebuah program siaran religi dan ajakan kebaikan. Biasanya radio dakwah dari sisi *formatting* setiap programnya dibalut dengan ajakan kebaikan dan larangan kemungkar, serta pengajaran-pengajaran yang membuat setiap pendengarnya menjadi lebih mengerti tentang agama Islam.

CMC atau *Computer Mediated Communication* merupakan proses komunikasi manusia yang melibatkan penggunaan teknologi komputer dan internet yang melibatkan dua orang atau lebih dalam situasi atau konteks tertentu dengan memanfaatkan media untuk membentuk suatu tujuan. CMC pada siaran radio memanfaatkan berbagai *platform digital* dan teknologi komunikasi untuk meningkatkan interaksi antara penyiar dan pendengar serta memperluas jangkauan pesan yang disampaikan. Penerapan CMC pada radio dapat

menciptakan *audiens* yang lebih interaktif, memperluas jangkauan pesan, dan membangun hubungan yang lebih kuat antara penyiar dengan pendengar, serta membantu radio untuk tetap relevan dalam era digital di mana teknologi komunikasi terus berkembang pesat.

Di era teknologi digital yang berkembang pesat, CMC dalam konteks media khususnya pada media penyiaran radio menjadi salah satu strategi yang diimplementasikan pada perencanaan penyiaran radio. CMC yang diterapkan dalam perencanaan penyiaran radio terbagi menjadi tiga konteks utama yang harus diperhatikan dengan baik agar suatu stasiun radio mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Adapun perencanaan penyiaran radio yaitu terdiri dari perencanaan komunikator sebagai penyiar radio, perencanaan pesan siaran, dan perencanaan target *audiens* radio.

Perencanaan komunikator sebagai penyiar radio merupakan proses merancang strategi komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu yang melibatkan pemilihan dan pengaturan konten siaran, penentuan gaya penyiaran, identifikasi target *audiens*, serta pengelolaan aspek teknis produksi siaran radio. Perencanaan komunikator dilakukan agar dapat menyampaikan pesan dengan jelas, menarik, dan relevan kepada pendengar dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti waktu siaran, kepentingan *audiens*, dan tujuan siaran yang ditetapkan. Adapun penerapan CMC pada perencanaan komunikator sebagai penyiar radio dalam berinteraksi dengan pendengarnya melalui berbagai *platform digital* untuk berkomunikasi langsung dengan pendengar, merespons pertanyaan atau tanggapan, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan

audiens. Selain itu, penyiar juga dapat memanfaatkan teknologi CMC untuk mempersiapkan dan menyampaikan siaran radio, seperti mengumpulkan informasi, menyunting rekaman, dan melakukan siaran langsung melalui *streaming online* sebagai media baru dalam menyampaikan pesan siaran radio.

Perencanaan pesan siaran radio merupakan proses merancang konten dan isi pesan yang akan disampaikan melalui siaran radio. Hal ini mencakup pemilihan topik dan penyusunan materi agar sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai dengan memperhitungkan karakteristik target *audiens* untuk memastikan pesan yang disampaikan dapat dipahami, diterima, dan mempengaruhi secara efektif. Adapun penerapan CMC pada perencanaan pesan siaran radio diantaranya penyiar dapat menyertakan tanggapan langsung dari pendengar melalui pesan teks atau media sosial ke dalam siaran dan menyajikan informasi dengan cepat tersampaikan kepada pendengar sebagai target *audiens*.

Perencanaan target *audiens* radio merupakan proses identifikasi dan pemahaman mendalam tentang siapa pendengar potensial dari siaran radio tersebut. Hal ini melibatkan analisis demografis (seperti usia, jenis kelamin, pendidikan) dan psikografis (seperti minat, nilai-nilai, gaya hidup) dari *audiens* yang dituju. Perencanaan ini membantu penyiar radio untuk menghasilkan konten yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan *audiens*, serta menyesuaikan strategi komunikasi untuk mencapai efek yang diinginkan pada target *audiens* yang spesifik. Adapun penerapan CMC pada perencanaan target pendengar radio sebagai *audiens* yaitu berinteraksi dengan penyiar radio melalui pesan teks, panggilan telepon, atau komentar di media sosial yang kemudian

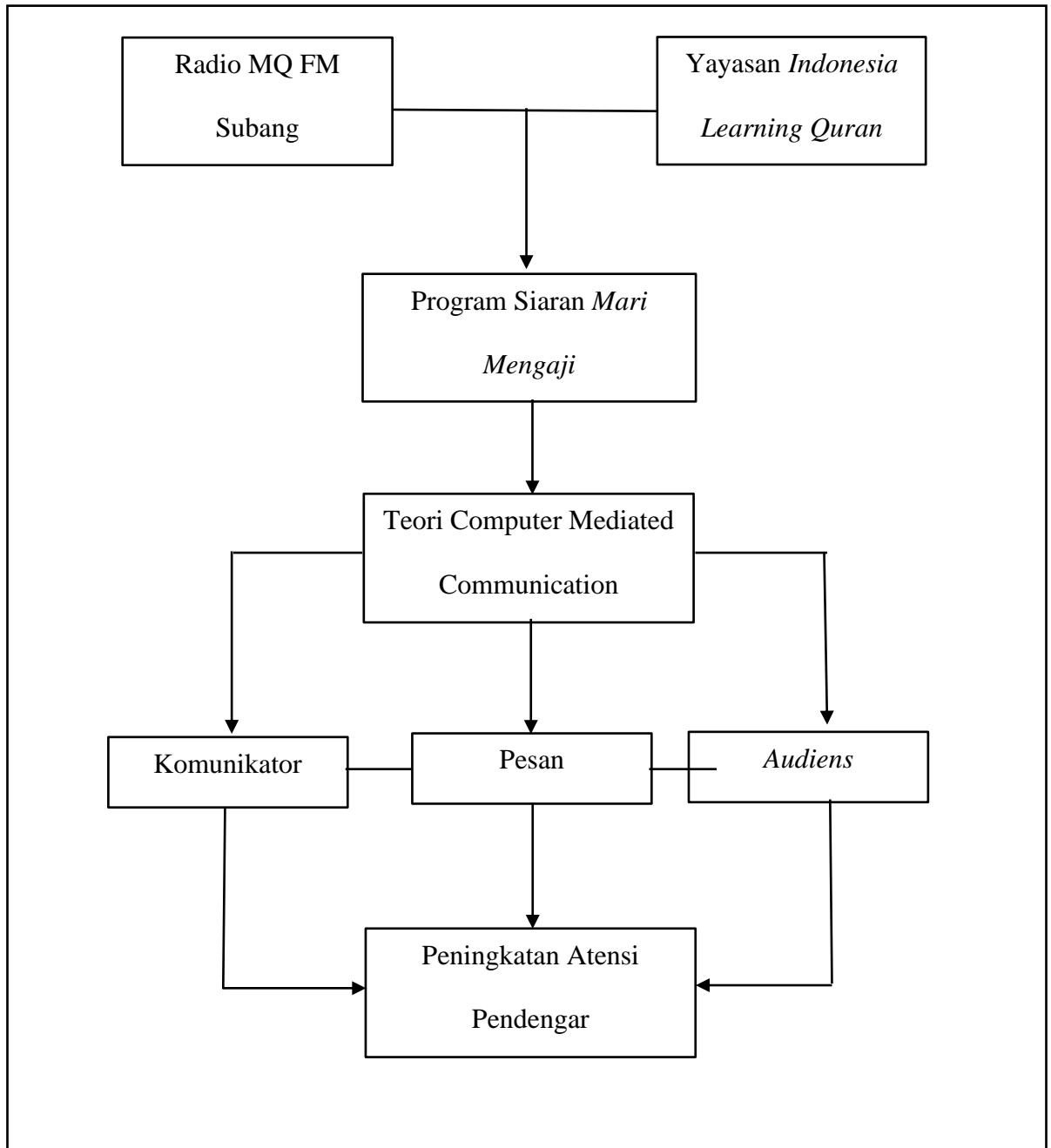
dibacakan oleh penyiar. Selain itu, implementasi CMC pada pendengar juga menjadikan pendengar dapat memilih mendengarkan siaran radio melalui *streaming online* yang memberi *audiens* fleksibilitas untuk mengakses siaran dari mana pun mereka berada, pendengar juga dapat memanfaatkan *platform online* untuk berbagi pemikiran, ide, atau pengalaman pendengar terkait dengan topik yang dibahas dalam siaran radio sebagai atensi pendengar.

Atensi pendengar merupakan suatu tanggapan atau pengiriman pesan dari pendengar radio kepada penyiar dan atau narasumber pada saat jam program siaran berlangsung. Atensi menurut Morisan, Wardhani, & Hamid (2010: 18) merupakan pemusatan perhatian, bagaimana seorang penerima pesan dapat memberi *feedback* terhadap apa yang ada di lingkungannya. Sedangkan pendengar merupakan pengguna jasa siaran media radio ataupun televisi.

Program Siaran *Mari Mengaji* merupakan program siaran unggulan Radio MQ FM Subang yang memiliki konsep program belajar Al-Quran bersama Yayasan *Indonesia Learning Quran* (ILQ). Pada program *Mari Mengaji* seorang narasumber yaitu para asatidz *Indonesia Learning Quran* (ILQ) menyampaikan informasi seputar hukum bacaan dalam Al-Quran dan pendengar dapat ikut bergabung tilawah dengan mengirimkan *voice note* lewat whatsapp Radio MQ FM Subang. Setiap rekaman tilawah yang dikirimkan oleh pendengar akan langsung diputar dan dikoreksi oleh para asatidz sehingga para pendengar bisa belajar memperbaiki bacaan Al-Qurannya.

3. Kerangka Berpikir

Gambaran kerangka berpikir dari penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



Bagan 1.1 Kerangka Berpikir

G. Langkah-langkah Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat langkah-langkah yang akan dijalankan oleh peneliti.

1. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian pada penelitian ini berlokasi di stasiun radio MQ FM, yakni Jl. Arief Rahman Hakim No.13, Cigadung, Kec. Subang, Kabupaten Subang, Jawa Barat. Peneliti mengambil lokasi tersebut karena terdapat program siaran yang berkolaborasi dengan suatu yayasan dan menarik untuk dikaji lebih mendalam.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma menurut Harmon dalam Moleong (2012:49), paradigma adalah kerangka dasar yang memengaruhi cara seseorang melihat, berpikir, menilai, dan bertindak terkait dengan suatu aspek tertentu dari kenyataan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan bentuk paradigma konstruktivisme. Paradigma tersebut menganggap bahwa realitas dalam kehidupan sosial bukanlah sesuatu yang alami, melainkan hasil dari proses konstruksi. Oleh karena itu, fokus analisis dalam paradigma tersebut mengidentifikasi bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dibentuk, dan bagaimana konstruksi itu dilakukan. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme karena penelitian ini akan menkonstruksi model siaran kolaborasi antara dua unsur media dan yayasan dalam suatu produk.

Sementara itu, dalam penelitian kualitatif, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan subjektif, yang dapat berupa pendekatan fenomenologis atau interpretif, sesuai dengan karakteristik paradigma (perspektif) yang dianggap paling sesuai untuk menjelaskan fenomena yang sedang diteliti.

3. Metode Penelitian

Metode Penelitian menurut Sugiyono (2017:3) adalah pendekatan ilmiah untuk menggumpulkan data dengan tujuan dan manfaat yang spesifik. Oleh karena itu, penelitian memerlukan penggunaan metode yang memudahkan peneliti dalam menjalankan penelitian dengan efisien. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Pendekatan penelitian deskriptif digunakan untuk menginvestigasi situasi atau kondisi kelompok manusia, objek, pemikiran, atau peristiwa pada saat sekarang. Tujuan utama penelitian deskriptif adalah untuk memberikann gambaran yang sistematis, akurat, dan faktual mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang sedang diselidiki. Penulis berharap bahwa melalui pendekatan deskriptif ini, pembaca dapat lebih mudah memahami dan meresapi pesan yang ingin disampaikan oleh penulis.

Metode Deskriptif ini digunakan peneliti agar dapat membuat gambaran atau deskripsi secara mendetail mengenai strategi siaran kolaborasi Radio MQ FM Subang dalam meningkatkan atensi pendengar.

4. Jenis Data dan Sumber Data

Pada penelitian ini, terdapat jenis data dan sumber data yang digunakan untuk memperoleh dan mengumpulkan data penelitian. Secara jelasnya sebagai berikut:

a. Jenis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis data kualitatif. Data kualitatif menurut Widiawati (2020:211) merujuk pada data yang bersifat fleksibel yang diperoleh melalui metode penelitian kualitatif. Data ini bisa berupa catatan lapangan, catatan rekaman, teks berupa kata-kata, kalimat, atau paragraf yang diperoleh melalui wawancara dengan pertanyaan terbuka, observasi partisipatoris, atau penafsiran peneliti terhadap dokumen atau bahan peninggalan.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi:

1). Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sebuah informasi dari subjek primer yang bisa didapatkan. Data primer didapat dari hasil wawancara yang ditujukan kepada narasumber atau informan yang memiliki data dan siap untuk memberikann datanya kepada peneliti sebanyak tiga orang.

2). Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data kedua dimana data didapatkan. Di antara data sekunder adalah majalah, buku, dokumen, dan sumber lain yang memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian.

5. Informan atau Unit Analisis

Dalam penelitian ini informan atau narasumber adalah sebagai berikut:

1) Manager Program

Manager Program dipilih sebagai informan karena merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi jalannya aktifitas siaran dalam suatu program yang ada dalam sebuah stasiun radio.

2) Staf Produksi

Staf produksi dipilih sebagai informan karena staf produksi merupakan seseorang yang memiliki tugas dalam mekanisme penyiaran baik di siaran *on air* maupun di siaran *streaming*. Selain itu staf produksi juga bertanggung jawab dalam menyimpan hasil rekaman, siaran, dan alat-alat yang dibutuhkan dalam proses produksi siaran radio.

3) Asatidz *Indonesia Learning Quran*

Asatidz dipilih sebagai informan karena dalam hal ini asatidz ILQ bertugas sebagai penyiar serta pemateri dalam siaran *Mari Mengaji Radio MQ FM Subang*.

6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

a. Teknik Observasi

Sugiyono (2018:229) menjelaskan bahwa observasi adalah metode pengumpulan data yang memiliki karakteristik khusus jika dibandingkan dengan teknik lain. Observasi tidak hanya terbatas pada manusia, tetapi juga melibatkan objek-objek alam lainnya. Melalui kegiatan observasi, peneliti dapat memahami perilaku dan makna yang terkandung dalam perilaku tersebut.

Alasan peneliti menggunakan teknik observasi pada penelitian ini yaitu :

1. Observasi memungkinkan peneliti untuk secara langsung mengamati pelaksanaan strategi kolaborasi, mendeteksi interaksi, dan mengidentifikasi elemen-elemen yang dapat memengaruhi atensi pendengar.
2. Observasi dapat memberikann wawasan mendalam tentang konteks sebenarnya di stasiun radio, memungkinkan peneliti memahami secara holistik dinamika yang terlibat dalam upaya meningkatkan atensi pendengar.

Dalam melakukan observasi terhadap strategi kolaborasi Radio MQ FM Subang, peneliti dapat mengadopsi pendekatan yang melibatkan partisipasi aktif atau pengamatan non-partisipatif. Partisipasi aktif dapat melibatkan kehadiran langsung peneliti dalam kegiatan kolaboratif, seperti pertemuan perencanaan, sesi siaran, atau kegiatan kolaboratif lainnya. Pengamatan non-

partisipatif dapat mencakup pengawasan tanpa intervensi langsung, memberikann kebebasan pada kejadian alamiah.

b. Teknik Interview

Wawancara adalah bentuk komunikasi interaktif yang melibatkan pertukaran informasi dengan responden terkait. Wawancara juga dapat dijelaskan sebagai dialog tatap muka antara pewawancara dan narasumber, di mana pewawancara mengajukan pertanyaan secara langsung mengenai objek penelitian yang telah direncanakan sebelumnya.

Alasan peneliti menggunakan teknik wawancara :

1. Wawancara memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan kontekstual dari responden. Pertanyaan terbuka dapat merangsang jawaban yang lebih mendetail.
2. Wawancara memungkinkan peneliti memahami sudut pandang, keyakinan, dan pengalaman responden secara lebih baik daripada metode pengumpulan data lainnya.

Proses wawancara dilakukan dengan manager program radio, staf radio dan asatidz *Indonesia Learning Quran*. Dilakukan dari tahap persiapan dengan menyiapkan daftar pertanyaan, menjadwalkan waktu wawancara, serta merekam dan mencatat jawaban.

c. Teknik Dokumentasi

Hikmat (2011:83) menyebutkan bahwa teknik dokumentasi merupakan perolehan data yang diperlukan untuk sebuah peneltian dari data yang telah tersedia. teknik dokumentasi digunakan dalam penelitian ini guna

mendapatkan data mengenai pencapaian dari apa yang telah dikerjakan oleh manajemen Radio MQ FM.

Teknik dokumentasi digunakan sebagai opsional jika teknik observasi dan wawancara belum mendapatkan data yang maksimal. Dengan menggunakan teknik dokumentasi, peneliti dapat mendapatkan data tambahan yang melengkapi informasi dari wawancara dan observasi, memberikan perspektif yang lebih holistik terkait implementasi strategi kolaborasi di radio MQ FM Subang.

Teknik dokumentasi dilakukan dengan beberapa langkah, yaitu mengumpulkan dokumen yang diperlukan, kemudian menganalisis konten, pemeriksaan validitas, penyusunan temuan, serta penarikan kesimpulan.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode triangulasi. Metode triangulasi menurut Arikunto (2010:14) yaitu mencari keabsahan atau kebenaran informasi melalui berbagai metode perolehan data. Triangulasi juga dapat dimaknai sebagai upaya untuk memverifikasi data melalui berbagai sumber, teknik, dan periode waktu yang berbeda. Tujuan triangulasi adalah untuk meningkatkan keefektifan teoritis, metodologis, dan interpretatif dalam penelitian kualitatif.

Triangulasi menurut Denkin (2023:56) meliputi empat hal yaitu (1) triangulasi metode, (2) triangulasi antar peneliti, (3) triangulasi sumber, dan (4) triangulasi teori. Pertama, triangulasi metode melibatkan penggunaan dua atau lebih metode penelitian yang berbeda untuk mengumpulkan data tentang topik yang

sama. Kedua, triangulasi peneliti yaitu terjadi saat dua atau lebih peneliti bekerja bersama dalam mengumpulkan atau menganalisis data sehingga bisa membantu mengurangi pengaruh bias individual dan menyempurnakan penafsiran hasil penelitian. Ketiga, triangulasi sumber yaitu melibatkan penggunaan beberapa sumber data yang berbeda untuk memverifikasi atau melengkapi temuan penelitian, diantaranya penggunaan wawancara, observasi, dan analisis dokumen dari berbagai pihak atau perspektif dapat memperkaya pemahaman tentang topik yang diteliti. Keempat, triangulasi teori melibatkan penggunaan dua atau lebih kerangka teoretis atau pendekatan analisis yang berbeda untuk menginterpretasi data. Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi metode dan triangulasi sumber.

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut Gunawan (2015:210) merupakan proses pengaturan secara sistematis hasil wawancara, catatan-catatan, dan bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap semua hal yang dikumpulkan dan memungkinkan menyajikan apa yang ditemukan. Teknik dalam penelitian ini menyesuaikan dengan penelitian kualitatif, maka cara untuk menganalisis datanya dimulai sejak awal sampai akhir dikerjakan pada tempat objek penelitian. Adapun dalam menganalisis data dapat melalui tahapan reduksi data, penyajian atau display data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan coding Miles et.al, 2014 sebagai proses analisis data dengan mengidentifikasi kata atau kalimat kepada lima macam pengelompokan yaitu *descriptive*, *emotion*, *process*, *values*, dan *evaluation*. Kata

atau kalimat yang masuk kepada *descriptive coding* yaitu menjelaskan tentang kata benda, *emotion coding* menjelaskan tentang kata sifat atau mengungkapkan perasaan, *process coding* menjelaskan kata kerja atau proses, *values coding* menjelaskan nilai, kepercayaan, persepsi, dan sikap. Sedangkan *evaluation* merupakan sesuatu yang menjelaskan penilaian dari suatu program, kegiatan, ataupun kebijakan.

