

**EKSISTENSI RADIO DAKWAH DI ERA DIGITAL**  
**(Analisis Pemasaran Pada RadioQu 89,6 FM Purbalingga)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Oleh:**

**NURUDIN**  
**NIM. 1917102120**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM**  
**JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS DAKWAH**  
**UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurudin

NIM : 1917102120

Jenjang : S1

Fakultas : Dakwah

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang berjudul “Eksistensi Radio Dakwah Di Era Digital (Analisis Pemasaran Pada RadioQu 89,6 FM Purbalingga)” secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya sendiri dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 30 Juni 2023

Menyatakan,



Nurudin

NIM : 1917102120



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani. No. 40A Purwokerto 53126  
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553. Website: www.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Skripsi Berjudul**

**EKSISTENSI RADIO DAKWAH DI ERA DIGITAL  
(Analisis Pemasaran Pada RadioQu 89,6 FM Purbalingga)**

Yang disusun oleh **Nurudin**, NIM. 1917102120, Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam**, Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **10 Juli 2023**, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S. Sos)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi

Ketua Sidang/Pembimbing

Sekretaris Sidang/Penguji II

  
Uus Uswatussolihah, M. A.  
NIP. 197703042003122001

  
Yusuf Heriyanto, M. Kom.  
NIDN. 200410810

Penguji Utama

  
Dr. Aris Saefulloh, M. A.  
NIP. 19790125200501 1001

Mengesahkan,  
Purwokerto, ..26..7..2023  
Dekan

  
Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.  
NIP. 19691219 199803 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth

Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Di Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melaksanakan bimbingan, koreksi dan perbaikan-perbaikan terhadap penulisan naskah dari mahasiswa:

Nama : Nurudin  
NIM : 1917102120  
Jenjang : S-1  
Fakultas/Jurusan : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : Eksistensi Radio Dakwah Di Era Digital (Analisis Pemasaran Pada RadioQu 89,6 FM Purbalingga)

Dengan ini menyatakan bahwa naskah skripsi tersebut dapat diujikan dalam sidang munaqosyah

*Wassalamu'alaikum Wr, Wb.*

Purwokerto, 30 Juni 2023

Rembimbing



**Uus Uswatusolihah, S. Ag. M. A.**

NIP. 197703042003122001

**MOTTO**  
(You Can If You Think You Can)  
Kamu Bisa Jika Kamu Berfikir Kamu Bisa



**EKSISTENSI RADIO DAKWAH DI ERA DIGITAL  
(Analisis Pemasaran Pada RadioQu 89,6 FM Purbalingga)**

**Nurudin**

**nurudinu014@ gmail.com**

**ABSTRAK**

Radio sebagai media massa merupakan media suara yang terus mengalami penurunan pendengar. Di era digital kehadiran media baru dan persaingan antar radio dalam memperebutkan pendengar cukup ketat. RadioQu 89,6 FM Purbalingga merupakan salah satu radio dakwah yang masih bertahan di era digital seperti saat ini. Dalam mempertahankan eksistensinya, RadioQu 89,6 FM Purbalingga pun harus merancang strategi yang baik untuk masih eksis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif naratif. Penelitian ini menggunakan teori pemasaran yang menjelaskan bahwa eksistensi suatu media dapat dipertahankan dengan melalui bauran pemasaran yakni *product, price, place, Promotion* pada RadioQu 89,6 FM Purbalingga.

Berdasarkan hasil temuan data, strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan RadioQu 89,6 FM Purbalingga dalam mempertahankan eksistensinya di era digital diantaranya menerapkan komunikasi pemasaran yakni melalui media baru yaitu aplikasi RadioQu 89,6 FM Purbalingga dan media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube serta melalui program *on air dan off air* RadioQu 89,6 FM Purbalingga seperti program WarungQu dan Halal Bihalal.

**Kata Kunci: Strategi, Komunikasi pemasaran, RadioQu 89,6 FM, Eksistensi**

**THE EXISTENCE OF DAKWAH RADIO IN THE DIGITAL ERA  
(Marketing Analysis on RadioQu 89.6 FM Purbalingga)**

**Nurudin**

**nurudinu014@gmail.com**

**ABSTRAK**

Radio as a mass media is a sound medium that continues to experience listener decline. In the digital era, the presence of new media and competition between deep radio competition for listeners is quite tight. RadioQu 89.6 FM Purbalingga is wrong one da'wah radio that still survives in the digital era as it is today. In to maintain its existence, RadioQu 89.6 FM Purbalingga must design a strategy its good to still exist. This study aims to determine the communication strategy marketing of RadioQu 89.6 FM Purbalingga in maintaining its existence in this era digital.

This study uses a qualitative descriptive narrative approach. This research using the theory of marketing communication strategy which explains that existence a media can be maintained through the marketing mix namely product, price, place, Promotion. Then the existence of the media is supported by the theory of media ecology through product, audience and capital contained in RadioQu 89.6 FM Purbalingga.

Based on the findings of the data, a marketing communication strategy is implemented RadioQu 89.6 FM Purbalingga in maintaining its existence in the digital era including implementing marketing communications, namely through new media, namely applications RadioQu 89.6 FM Purbalingga and social media such as Facebook, Instagram, Youtube as well as through RadioQu 89.6 FM Purbalingga's on air and off air programs such as programs Sapa Pendengar, WarungQu and Halal Bihalal.

**Keywords: Strategy, Marketing Communication, RadioQu 89.6 FM, Existence**

## PERSEMBAHAN

Perjalanan penuh liku. Kira-kira seperti itulah gambaran sekilas perjuangan penulis dalam menyusun skripsi ini. Butuh waktu beberapa bulan, dimulai sejak menyusun proposal, melaksanakan penelitian, hingga selesainya penulisan dan penyusunan skripsi ini.

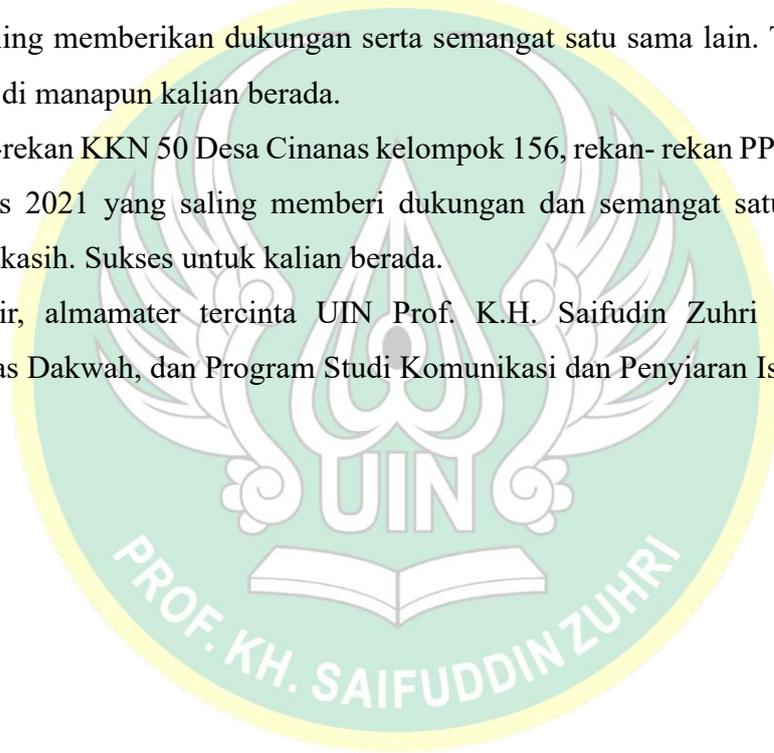
Sebuah perjalanan yang tidak mudah. Berbagai tantangan dan rintangan, datang silih bergantui. Tapi pada akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Semua itu, tentu saja hanya bisa dilalui berkat izin dan pertolongan-Nya.

Karena itulah, tak henti-hentinya penulis berucap syukur dari lubuk hati yang terdalam. *Alhamdulillahirobbil'alamin*, hanya berkat rahmat dan ridho-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan segala ketulusan hati, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua yang tidak pernah henti-hentinya mendo'akan, memberikan dukungan moril maupun materil, memotivasi serta memompa semangat penulis.
2. Adikku tersayang, Hilmatus Solihah, yang mensupport, mendo'akan, dan membuat penulis selalu semangat untuk menyelesaikan skripsi. Terimakasih atas segala do'a dan dukungannya.
3. Dosen Pembimbing Ibu Uus Uswatusolihah M.Si. atas segala bimbingan dan motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga ibu dan keluarga diberikan kesehatan dan mendapatkan berkah dari Allah SWT.
4. Dosen Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sudah memberikan ilmu, bimbingan, dan arahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayangnya untuk penulis. Maaf telah merepotkan semuanya.
6. Sahabat penulis, Maulana Khoerul Ikhsan, yang menemani perjalanan penulis dan hingga saat ini kami masih tetap bersilaturahmi. Semoga tali silaturahmi selalu terjaga.

7. Teman kocak penulis, Alvin Mubarak, Musta'in Amri, Imam Baehaqi, Kodiron yang selalu menemani dan menghibur penulis di saat suka maupun duka. Terimakasih, semoga kalian sukses selalu.
8. Senior penulis, Nugra Agung Pratama, Muhammad Basiturijal. Terimakasih telah memberikan motivasi kepada penulis dan menjadi teman curhat di selama proses menyelesaikan skripsi penulis.
9. Seseorang yang selalu mendo'akan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih dan sukses selalu.
10. Tak lupa juga rekan-rekan KPI C'19 yang dari awal perkuliahan selalu bersama dan saling memberikan dukungan serta semangat satu sama lain. Terimakasih, sukses di manapun kalian berada.
11. Rekan-rekan KKN 50 Desa Cinanas kelompok 156, rekan- rekan PPL Banyumas Ekspres 2021 yang saling memberi dukungan dan semangat satu sama lain. Terimakasih. Sukses untuk kalian berada.
12. Terakhir, almamater tercinta UIN Prof. K.H. Saifudin Zuhri Purwokerto, Fakultas Dakwah, dan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).



## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim. Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“Eksistensi Radio Dakwah Di Era Digital (Analisis Pemasaran Pada RadioQu 89,6 FM Purbalingga).**

Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW beserta para sahabat yang kita tunggu syafa'atnya di yaumul qiyamah. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis menyadari banyak pihak yang telah membantu.

Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor UIN Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Uus Uswatusholihah, M.A., Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Dedy Riyadin, M.I. Kom., Koordinator Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Uus Uswatusholihah, M. A., Dosen Pembimbing skripsi yang selalu sabar membimbing penulis serta memberikan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Mustain, M. Si., Dosen pembimbing akademik yang telah menerima dan memberi arahan judul skripsi saya.
7. Segenap Dosen dan staff Administrasi Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Direksi RadioQu 89,6 FM Kabupaten Purbalingga beserta jajarannya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan mengakses data-data pendukung yang diperlukan untuk penulisan skripsi ini.

9. Kedua orang tua penulis yang tak henti-hentinya memanjatkan do'a dan memberikan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan lancar.
10. Keluarga besar yang sudah memberikan nasihat dan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Kawan-kawan KPI C'19, kawan seperjuangan sejak awal masuk kuliah hingga sekarang yang selalu memberikan support kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Dakwah yang telah melayani mahasiswa Fakultas Dakwah dengan baik dan ramah.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, namun membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari, masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Karena sejatinya, penulis hanyalah manusia biasa yang tak lepas dari segala kekurangan dan kelemahan.

Tetapi semoga semua itu bisa menjadi pembelajaran bersama untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Aamiin. Teiring harapan, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kemajuan dunia pendidikan. Aamiin.

Purwokerto, 30 Juli 2023



**NURUDIN**  
Penulis

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	ixK
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Penegasan Istilah .....	5
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Telaah Pustaka .....	8
G. Sistematika Pembahasan.....	11
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	13
A. Sejarah dan Karakteristik Radio .....	13
B. Radio Sebagai Media Dakwah.....	25
C. Strategi Pemasaran Radio .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	33
A. Jenis Penelitian .....	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
C. Subjek dan Objek penelitian.....	34
D. Metode Pengumpulan Data.....	34
E. Teknik analisis data.....	37
<b>BAB IV PENYAJIAN dan ANALISIS DATA</b> .....	39
<b>A. Penyajian Data</b> .....	39
1. Profil RadioQu 89,6 FM .....	39
2. Visi dan Misi RadioQu 89,6 FM Purbalingga.....	41
3. Sejarah RadioQu Purbalingga .....	41
4. Struktur Organisasi RadioQu 89,6 FM Purbalingga .....	42

5.	Program RadioQu 89,6 FM Purbalingga .....	45
6.	Sumber Dana RadioQu 89,6 FM.....	57
7.	Sarana dan Prasarana RadioQu 89,6 FM .....	60
<b>B.</b>	<b>Analisis Strategi Pemasaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga .....</b>	<b>61</b>
1.	Strategi Pemasaran Ditinjau Dari Bauran Pemasaran .....	61
2.	Strategi Pemasaran Ditinjau Dari Komunikasi Pemasaran.....	64
3.	Tahap-Tahap Strategi Pemasaran .....	66
<b>C.</b>	<b>Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pemasaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga .....</b>	<b>70</b>
1.	Faktor Pendukung Strategi Pemasaran RadioQu Purbalingga.....	70
2.	Faktor Penghambat Strategi Pemasaran RadioQu Purbalingga .....	70
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>71</b>
<b>A.</b>	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>71</b>
<b>B.</b>	<b>Saran.....</b>	<b>72</b>
<b>C.</b>	<b>Penutup.....</b>	<b>72</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>73</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>		<b>76</b>
<b>CURRICULUM VITAE .....</b>		<b>82</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendengar Radio ..... 2



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendengar Radio .....	4
Tabel 1.2 Daftar Stasiun Radio di Purbalingga.....	4
Tabel 4.1 Segmentasi Audien.....	40
Tabel 4.2 Struktur Organisasi RadioQu Purbalingga.....	43
Tabel 4.3 Jadwal Progam Siaran .....	48
Tabel 4.4 Jenis Iklan RadioQu Purbalingga.....	58
Tabel 4.5 Jenis Paket Iklan.....	59
Tabel 4.6 Waktu Iklan .....	59
Tabel 4.7 Daftar Pemasang Iklan .....	60



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Radio merupakan media massa elektronik yang tertua dan dianggap penting. Radio menggunakan gelombang elektromagnetik untuk mentransmisikan suara atau informasi dari suatu tempat ke tempat lainnya. Pada tahun 1909 radio berhasil membantu proses penyelamatan penumpang kapal yang mengalami kecelakaan. Sejak itu, radio dicatat memiliki kemampuan sebagai media audio pemberi informasi yang cepat dan serentak kepada khalayak luas.<sup>1</sup>

Radio merupakan media murah, mudah diakses, akrab, dan mampu menemani bersama kegiatan sehari-hari khalayak. Pendengar radio hanya membutuhkan perangkat radio yang sederhana dan jaringan penyiaran yang memadai untuk mendengarkan program siaran radio.<sup>2</sup>

Radio memiliki fungsi sebagai media yang dapat menyajikan informasi, pendidikan, dan hiburan kepada khalayak. Radio memberikan akses berupa berita terbaru, laporan cuaca, lalu lintas, serta menawarkan berbagai program siaran seperti musik, acara komedi, wawancara, cerita pendek, dan drama untuk dinikmati pendengar radio.

Seiring perkembangan zaman, radio tidak hanya sebagai media informasi dan hiburan melainkan juga sebagai media dakwah. Hal ini ditandai dengan berkembangnya radio-radio bernuansa Islami dengan konsep radio dakwah. Radio dakwah merupakan sebuah stasiun radio sebagai sarana untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah Islam kepada pendengarnya. Radio ini memiliki fungsi untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran keagamaan masyarakat.

---

<sup>1</sup> Nur Ahmad, 'Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik', At Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 3.2 (2015), h. 24.

<sup>2</sup> Kiki Hasanah, 'Strategi Radio Citra Buana FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital' (Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2021) h. 2.

Radio merupakan salah satu bisnis media yang paling menantang dibandingkan dengan jenis industri lainnya. Dalam mempertahankan eksistensinya di era milenial ini, radio mulai ditinggalkan oleh masyarakat. Radio bukan hanya bersaing dengan sesama media konvensional saja, tetapi radio juga bersaing dengan media-media lain berbasis internet.

Tantangan radio di era digital ini adalah munculnya platform-platform digital dan media *online*. Hampir di semua lapisan masyarakat dalam mendapatkan informasi, hiburan, dan pendidikan menggunakan platform digital yang lebih mudah diakses dan dapat disesuaikan berdasarkan keinginan pribadi pengguna.<sup>3</sup>

Berdasarkan survei yang dilakukan Badan Statistik Indonesia (BSI), antusiasme masyarakat menurun dalam mengakses media radio. Pada tahun 2023, presentase pendengar radio hanya berkisar 50,29%. Kemudian survei yang dilakukan oleh Global Web Index pada tahun 2021 menyatakan pendengar radio pada 2019 berkisar 57,9% dan pada 2020 berkisar 53,1%. Penurunan pendengar radio ini terjadi seiring dengan perkembangan kanal media baru berbasis internet.<sup>4</sup>



Gambar 1.1 Pendengar Radio

<sup>3</sup> Rayhan Halifi, 'Strategi Ekologi Media Radio CBB 105,4 FM Dalam Mempertahankan Eksistensi Radio Di Era Digital' (UIN Syarif Hidayatullah, 2022) h. 6.

<sup>4</sup> Mustofa Hilmi, M Alfandi, dan Sefdha Prisdyaanti, 'Strategi Komunikasi Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Kota Semarang', *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 8.2 (2022) h. 128.

Pesatnya pertumbuhan internet menjadi pesaing berat bagi pemilik dan pengelola radio dalam mempertahankan eksistensinya. Radio jika kalah bersaing dengan media baru, maka eksistensi radio akan tersisihkan dan tenggelam oleh media tersebut. Pengelola stasiun radio dituntut untuk lebih kreatif, inovatif, dan terus memutar otak untuk menarik minat pendengar agar tetap setia pada program siaran radio.

Eksistensi radio bisa dibangun oleh pemilik radio dengan cara menyesuaikan karakteristik pendengar dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran merupakan penentu keberhasilan radio dalam mempertahankan eksistensi.<sup>5</sup> Strategi pemasaran merupakan rencana yang sudah disusun sedemikian rupa dalam usaha membujuk, mengkomunikasikan produk atau merek kepada konsumen agar menerima, membeli dan loyal kepada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Strategi pemasaran radio meliputi penyebaran informasi penting yang relevan kepada khalayak, menawarkan berbagai jenis program radio, dan menyediakan tempat untuk berinteraksi antara pendengar dengan penyiar. Dengan hal tersebut radio masih bisa bertahan hingga saat ini.<sup>6</sup>

Di Purbalingga salah satu radio yang mengalami kemunduran eksistensi dan berhenti beroperasi adalah radio Raka FM beralamat di Jl. Lanud Wirasaba No. 43 Bukateja. Sementara radio yang masih mempertahankan keberadaannya hingga saat ini adalah RadioQu 89,6 FM. RadioQu 89,6 FM masih eksis walaupun di era digital dan konvergensi media. Eksistensi Radio dapat dilihat dari jumlah pendengar aktif yang masuk di RadioQu 89,6 Purbalingga, Menurut data Dinkominfo Purbalingga pendengar RadioQu lebih banyak daripada radio Gema Sudirman dan radio SBS. Data pendengar tersebut diambil pada undangan menghadiri even hari ulang tahun radio.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi 3 (Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2008) h. 387.

<sup>6</sup> Slamet Syarifudin and Saepudin, 'Strategi Pemasaran Radio Dakta 107 FM', *Jurnal Makna*, 3.2 (2018), 70.

<sup>7</sup> Wawancara dengan Sapto Suhardio, Kepala Bidang Penyiaran Publik, Dinas Komunikasi Informatika Purbalingga, (12 april 2023, pukul 10.15 wib)

Tabel 1.1 Pendengar Radio<sup>8</sup>

Nama Stasiun Radio	Jumlah Pendengar Radio
Radio Gema Sudirman	243 Pendengar
Radio SBS	20 Pendengar
RadioQu Purbalingga	500 Pendengar

RadioQu 89,6 FM Purbalingga merupakan radio dakwah yang didirikan pada tahun 2018. Radio ini hadir untuk menjaga serta memelihara ideologi yang dianut kebanyakan masyarakat di Purbalingga. Masyarakat Purbalingga umumnya menganut ideologi Ahlul Sunnah wal Jamaah. Ahlu Sunnah Wal Jama'ah adalah pemahaman yang mengikuti ajaran dan praktik yang sesuai dan berkembang di antara para sahabat nabi Muhammad SAW dan generasi setelahnya. Pemahaman ini telah mendapatkan pembelaan umat Islam untuk mewujudkan cita-cita yang diridhoi Allah SWT.<sup>9</sup>

Selain itu, eksistensi RadioQu 89,6 FM tidak terlepas dari tingkat persaingan antar radio di Purbalingga. RadioQu Purbalingga dalam memperebutkan perhatian pendengar di Purbalingga cukup tinggi. Data yang tercatat di Dinas Komunikasi dan Informatika Purbalingga tahun 2023 menyebutkan jumlah stasiun radio di Purbalingga ada sekitar 7 lembaga radio. Berikut stasiun radio yang masih beroperasi hingga saat ini di Purbalingga.<sup>10</sup>

Tabel 1.2 Daftar Stasiun Radio di Purbalingga

No	Nama Stasiun Radio	Alamat
1	Radio 88,8 Insani FM	Ponpes Tunas Ilmu, Jl. Kedungwuluh Rt 03/Rw 08, Kalimanah, Purbalingga.
2	Radio Al Mansyurah 101 FM	Brobot, rt 04 rw 02, Kecamatan Bojongsari, Purbalingga.

<sup>8</sup> Khodijatul Ifroh, 'Strategi Penyiaran RadioQu 89.6 Fm Purbalingga Dalam Menarik Minat Pendengar' Skripsi (UIN Saiffudin Zuhri Purwokerto, 2022), h. 4.

<sup>9</sup> Syariful Anam, 'Pendidikan Keimanan Ahlul Sunnah Wal Jama'ah Prespektif Imam Abu Hasan Al Asy'ari Dalam Kitab Al Luma', *Mentari*, 1.1 (2023), h. 60.

<sup>10</sup> Wawancara dengan Supto Suhardio, kepala bidang penyiaran publik, Dinas Komunikasi Informatika Purbalingga, (12 april 2023, pukul 10.15 wib).

3	Radio 94,7 Sbs FM	Jl. Overste Isdiman, No. 22 Kelurahan Purbalingga Kidul, Kab. Purbalingga.
4	Radio 99 95,5 FM	Jl. Jend, A. Yani No 27 Kelurahan. Pandanggampang, Kab. Purbalingga.
5	Radio Gema Sudirman 96,3 FM	Jalan Raya Bojong No. 20 Kab. Purbalingga.
6	Radio Pesona 101,4 FM	desa Kedung Menjangan Rt 03/ Rw 01, Kec. Purbalingga, kab. Purbalingga.
7	Radio Lentera 107,7 FM	Jalan Kaliputat No 4, kel. Karanganyar, Kec. Karanganyar, Kab. Purbalingga.

Adanya perkembangan teknologi dan persaingan dalam memperebutkan pendengar tersebut membuat RadioQu 89,6 FM harus merancang strategi agar masih eksis. Untuk itu bagaimana RadioQu 89,6 FM mempertahankan eksistensinya itu sangat penting untuk diteliti. Maka dari itu, peneliti tertarik mengetahui secara mendalam bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan RadioQu 89,6 FM Purbalingga dalam mempertahankan eksistensinnnya di era digital.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, Penulis mencoba merumuskannya dalam bentuk skripsi berjudul, “Ekistensi Radio Dakwah Di Era Digital (Analisis Pemasaran Studi Pada RadioQu 89,6 FM Purbalingga”

## **B. Penegasan Istilah**

### **1. Strategi Pemasaran**

Strategi bisa diartikan sebagai rencana atau rancangan yang sudah disusun sedemikian rupa untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan pemasaran merupakan aktifitas yang terorganisir dalam rangka penciptaan, penawaran, penukaran produk atau jasa yang memiliki nilai.<sup>11</sup>

Strategi pemasaran diartikan sebuah kegiatan menyebarkan informasi, memengaruhi atau membujuk pasar sasaran agar bersedia

---

<sup>11</sup> Nur Asnawi, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu Isu Kontemporer* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2017) h. 108.

menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan keseluruhan target pasar. Strategi pemasaran merupakan bagian dari sebuah proses komunikasi yang lebih luas dan menyeluruh. Terdapat empat elemen pada strategi pemasaran yang dapat menjadi kunci kesuksesan dalam menjangkau audiens dan mempengaruhi audien konsumen yakni membangun kombinasi elemen bauran pemasaran empat P yakni produk (*product*), harga (*price*), tempat (*Place*), dan promosi (*Promotion*).<sup>12</sup>

Strategi pemasaran merupakan alat krusial dalam aktifitas promosi, karena berkaitan dengan masalah masalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian komunikasi persuatif dengan audiens. Menurut Tjiptono, aktifitas promosi dikembangkan menjadi komunikasi pemasaran terintegrasi (*integrated marketing communications*) yaitu sarana dimana perusahaan berusaha membujuk, mengkomunikasikan produk atau merek kepada konsumen agar menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>13</sup>

Strategi pemasaran dengan menerapkan strategi komunikasi pemasaran bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek, memperluas jangkauan audiens, dan menciptakan kepuasan audiens akan perusahaan tersebut. Selain itu, melalui strategi komunikasi pemasaran yang tepat dapat memperkuat eksistensi dalam era digital yang kompetitif.

## 2. RadioQu Purbalingga 89,6 FM

RadioQu Purbalingga 89,6 FM adalah stasiun penyiaran yang beralamatkan di rt 03 rw 02 kelurahan Karang Sentul, Padamara, Purbalingga, Jawa Tengah. Radio ini merupakan radio dakwah yang ciri khas penyampaian pesan dengan bijaksana yang diperpadukan dengan unsur dakwah seperti, informasi, dan hiburan Islami.<sup>14</sup>

## 3. Eksistensi

Eksistensi merupakan suatu proses dinamis. Eksistensi berasal dari

---

<sup>12</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi*, (Jakarta: PT Indeks, 2012) h. 25.

<sup>13</sup> Tjiptono, h. 219.

<sup>14</sup> Dokumentasi RadioQu Purbalingga Pada 12 April 2023, pukul 10.00 WIB.

kata bahasa Latin *existere* yang berarti keluar dari, melampaui atau mengatasi. Sementara menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, *eksistensi* merupakan keberadaan, kehadiran, yang mengandung unsur bertahan. Dapat disimpulkan *eksistensi* bersifat lentur dan mengalami perkembangan atau mengalami kemunduran tergantung kemampuan dalam mengelola potensi media. Sementara dalam konteks pemasaran *eksistensi* diartikan sebagai kemampuan suatu produk, merek atau perusahaan untuk tetap relevan dan berdaya saing di pasar.<sup>15</sup> *Eksistensi* untuk sampai mencapai tahap “diakui” prosesnya memerlukan tahap dan strategi didalamnya.

### C. Rumusan Masalah

Penulis membatasi permasalahan penelitian agar tidak meluas dari pokok permasalahan. Masalah yang menjadi fokus penelitian yaitu:

1. Bagaimana strategi pemasaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga untuk mempertahankan pendengar di era digital?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran yang diterapkan RadioQu 89,6 FM Purbalingga untuk mempertahankan eksistensi di era digital?

### D. Tujuan Penelitian

1. Agar diketahui bagaimana strategi pemasaran RadioQu Purbalingga untuk mempertahankan eksistensinya di era digital.
2. Agar diketahui bagaimana faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran RadioQu Purbalingga untuk mempertahankan eksistensinya di era digital.

### E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat sebagai referensi ilmiah dakwah dan penyiaran Islam mengenai strategi media dakwah dalam memasarkan produknya dan mampu berkontribusi untuk perkembangan keilmuan dakwah dan komunikasi dakwah melalui media radio dan media digital.

---

<sup>15</sup> Tjiptono, h. 223.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat sebagai referensi bagi penelitian berikutnya. Untuk penulis dan pembaca menambah wawasan mengenai strategi pemasaran radio dan strategi pemasaran radio untuk mempertahankan eksistensi di era digital yang bisa diterapkan. Untuk radio dan media dakwah bisa dijadikan sebagai literasi mempertahankan eksistensinya di era digital.

## F. Telaah Pustaka

Penjelasan mengenai strategi pemasaran sudah banyak dituangkan dalam penelitian penelitian terdahulu. Sebagai referensi dalam menyusun penelitian, penulis mendapati penelitian dengan topik masalah yang sama antara lain:

1. Skripsi berjudul, "Strategi Komunikasi Marketing Radio Berkah FM 97,3 Mhz Untuk Mempertahankan Eksistensinya Di kalangan Pendengar" oleh Thifani Nunzilah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta tahun 2022. Skripsi ini membahas mengenai bagaimana strategi komunikasi marketing yang diterapkan radio dalam mempertahankan eksistensinya di kalangan pendengar, menggunakan teori ekologi media Dimmick dan Rothenbuhler.<sup>16</sup>

Persamaan penelitian ini terletak pada objek kajiannya yaitu bagaimana strategi radio dalam mempertahankan eksistensinya. Sedangkan perbedaan dengan penelitian penulis yang lakukan fokus di strategi promosi yang dilakukan RadioQu 89,6 FM untuk mempertahankan eksistensinya di era digital.

2. Skripsi berjudul, "Strategi Penyiaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga Untuk Menarik Minat Pendengar" Oleh Khodijatul Ifroh prodi Komunikasi Penyiaran Islam fakultas Dakwah UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto. skripsi ini membahas mengenai strategi penyiaran yang digunakan

---

<sup>16</sup> Thifani Nunzilah, 'Strategi Komunikasi Marketing Radio Berkah FM 97.3 MHZ Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Kalangan Pendengar' (Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022).

RadioQu 89,6 FM Purbalingga dalam meningkatkan minat pendengar menggunakan teori susan tyler eastman yaitu kesesuaian, kebiasaan, kontrol arus pendengar, penyimpanan sumber daya dan daya penarik massa.<sup>17</sup>

Persamaan penelitian ini yaitu subyek penelitian di RadioQu 89,6 FM Purbalingga. Sedangkan perbedaan dengan penelitian penulis fokus meneliti bagaimana eksistensi radio di era digital menggunakan analisis pemasaran.

3. Skripsi dengan judul, ” Komunikasi Pemasaran Radio Suara Banjarnegara dalam Mempromosikan Acara” oleh Bella Rista Safera prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto tahun 2021. skripsi ini membahas mengenai bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan radio suara banjarnegara dalam mempromosikan acara dengan menerapkan konsep bauran pemasaran atau dikenal dengan istilah empat P, *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi).<sup>18</sup>

Persamaan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yaitu strategi promosi yang digunakan radio. Sedangkan perbedaan dengan penelitian penulis yang lakukan fokus di bagaimana strategi pemasaran dapat mempertahankan eksistensi radio di era digital.

4. Skripsi dengan judul, “Strategi Radio Citra Buana FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital” oleh Kiki Hasanah Studi Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera tahun 2021. Skripsi ini membahas mengenai strategi radio citra buana dalam mempertahankan eksistensinya di era digital. Fokus penelitian ini bagaimana progam yang disampaikan dapat mempertahankan eksistensi sebuah radio.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Khodijatul Ifroh, ‘Strategi Penyiaran Radioqu 89.6 Fm Purbalingga Dalam Menarik Minat Pendengar’ (Uin Saiffudin Zuhri Purwokerto, 2022).

<sup>18</sup> Bella Rista Safera, ‘Komunikasi Pemasaran Radio Suara Banjarnegara Dalam Mempromosikan Program, Institut Agama Islam Negeri ( Iain ) Purwokerto’, 2021.

<sup>19</sup> Kiki Hasanah, ‘Strategi Radio Citra Buana Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital’ Sumatera, Universitas Muhammadiyah Sumatera, 2021.

Persamaan penelitian ini terletak pada strategi pemasaran untuk mempertahankan eksistensi. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah objek dan fokus pada bagaimana strategi promosi program radio untuk mempertahankan eksistensi di era digital.

5. Skripsi berjudul, "Strategi Komunikasi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Tengah Dunia Digitalisasi Tahun 2019/2020" oleh Nurhasmini prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Mataram tahun 2020. Skripsi ini membahas strategi komunikasi radio Suara Kancanta dalam mempertahankan eksistensinya dan faktor-faktor penghambat serta pendukung radio Suara Kancanta dalam mempertahankan eksistensinya.<sup>20</sup>

Perbedaan dengan penelitian penulis lakukan yaitu tentang strategi pemasaran RadioQu 89,6 FM dalam mempertahankan eksistensinya di era digital, dengan memfokuskan penelitian kepada strategi pemasaran yang dilakukan RadioQu 89,6 FM. Sementara persamaan yang dilakukan penulis adalah sama-sama membahas strategi komunikasi dalam radio.

6. Skripsi dengan judul, "Strategi Radio 95,5 Ras FM di Wilayah Tebet, Jakarta Selatan Dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Media Online" oleh Alifaturasikah prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Dakwah Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2021. Skripsi ini membahas mengenai strategi radio 95,5 Ras FM dalam mempertahankan eksistensinya.<sup>21</sup>

Perbedaan dengan penelitian penulis lakukan adalah fokus kepada strategi pemasaran RadioQu 89,6 FM. Sementara persamaanya adalah sama-sama membahas strategi sebuah radio dalam mempertahankan eksistensinya.

---

<sup>20</sup> Nurhasmini, 'Strategi Komunikasi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya Ditengah Dunia Digitalisasi Tahun 2019/2020; Studi Kasus Radio Suara Kancanta Lombok Timur' Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram, 2020.

<sup>21</sup> Alifaturasikah, 'Strategi Radio 95,5 Ras FM Di Wilayah Tebet, Jakarta Selatan Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Media Online' Skripsi, (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021).

7. Skripsi berjudul, “Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Romansa FM Ponorogo Dalam Meningkatkan Jumlah Pemasang Iklan” oleh Sriatin, jurusan komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo tahun 2020. Skripsi ini membahas mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan radio Romansa FM dalam meningkatkan pemasang iklan, dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran Radio Romansa FM.<sup>22</sup>

Perbedaan dengan penelitian penulis lakukan yaitu strategi komunikasi pemasaran digunakan untuk mempertahankan eksistensi di era digital. Sementara persamaanya yaitu sama-sama menggunakan strategi komunikasi pemasaran radio.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan ini dibagi menjadi 3 yaitu, pembahasan awal, pembahasan isi, dan pembahasan akhir. pembahasan awal yaitu halaman judul, pernyataan keaslian penelitian, lembar pengesahan, nota dinas pembimbing, abstrak, motto, lembar persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan lampiran. Untuk pembahasan kedua terdiri dari lima bab yaitu:

BAB I adalah pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan, manfaat, kajian Pustaka dan sistematika pembahasan skripsi.

BAB II adalah landasan teori. Berisi teori atau konseptualisasi mengenai strategi pemasaran, konseptualisasi mengenai radio, konseptualisasi penyiaran. Konseptualisasi mengenai youtube dan media digital.

BAB III adalah metodologi penelitian. berisi lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV adalah pembahasan dan penyajian data. Bab ini berisi pengaplikasian temuan penelitian dari metode yang digunakan untuk

---

<sup>22</sup> Sriatin, ‘Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Romansa FM Ponorogo Dalam Meningkatkan Jumlah Pemasang Iklan’ (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020).

mengumpulkan data seperti wawancara, observasi, serta dokumentasi. lalu sumber data yang dikumpulkan dianalisis agar penulis dapat menerapkan teori yang ada dan didapat hasil penelitian.

BAB V adalah penutup. Pada bab ini merupakan kesimpulan singkat dari keseluruhan hasil penelitian, saran dan kesimpulan keseluruhan hasil penelitian.

Pembahasan ketiga adalah akhir skripsi yang berisi lampiran, dokumentasi penelitian, dan biografi penulis.



## **BAB II KAJIAN TEORI**

### **A. Sejarah dan Karakteristik Radio**

#### 1. Definisi Radio

Radio adalah sebuah media komunikasi penyiaran yang bersifat khas sebagai media audio. Radio atau penyiaran radio adalah salah satu jenis media komunikasi massa dengar, yang menyalurkan gagasan informasi dalam bentuk suara secara umum dan terbuka melalui program yang teratur dan berkesinambungan.<sup>23</sup>

#### 2. Sejarah Perkembangan Radio.

Perkembangan radio dimulai dari penemuan Gramofon yang digunakan untuk memainkan rekaman oleh Edison pada tahun 1887. Pada saat yang sama James Clerk dan Helmholtz Hertz melakukan eksperimen elektromagnetik untuk mempelajari fenomena yang kemudian dikenal dengan gelombang radio.<sup>24</sup>

Pada tahun 1909, peran radio dalam komunikasi mulai diakui ketika berhasil menyelamatkan sebuah kapal. Kemudian, pada pertengahan tahun 1930-an, Edwin Thomas Armstrong menemukan penggunaan frekuensi modulasi (FM) dalam radio. Radio FM memberikan kualitas suara yang lebih baik, jernih, dan tidak terganggu oleh gangguan siaran (static).

Perkembangan radio di Indonesia sendiri, pada masa pemerintahan Hindia-Belanda tahun 1925, stasiun radio amatir pertama kali di bangun dengan nama Batavia Radio Vereniging dan NIROM (Nederland Indische Vereniging Radio Amateur).

Pada masa penjajahan jepang, kegiatan radio dilarang oleh pemerintah jepang. Namun banyak diantaranya yang melakukan kegiatan

---

<sup>23</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008) h. 5.

<sup>24</sup> Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran* (Jakarta: Prenada Media, 2005) h. 25.

radio di bawah tanah secara sembunyi-sembunyi dalam upaya mendukung perjuangan kemerdekaan Indonesia.

Pada tahun 1945, seorang radio amatir yang bernama Gunawan berhasil melakukan siaran naskah proklamasi kemerdekaan Indonesia dengan menggunakan perangkat pemancar radio sederhana yang ia buat sendiri. Tindakan ini menjadi momen bersejarah dalam perjuangan kemerdekaan Indonesia, dan saat ini radio yang digunakan tersebut disimpan di Museum Nasional Indonesia.<sup>25</sup>

Setelah proklamasi kemerdekaan, sistem penyiaran radio belum teratur. Pada tanggal 10 September 1945, pemimpin-pemimpin radio dari seluruh Jawa berkumpul di Jakarta untuk membahas masalah tersebut dengan pemimpin nasional dan menuntut agar Jepang menyerahkan stasiun radio beserta pemancar dan peralatan yang ada kepada bangsa Indonesia. Maka pada tanggal 11 september 1945 secara resmi didirikanlah Radio Republik Indonesia (RRI). Rapat utusan para pemimpin radio siaran juga menghasilkan suatu deklarasi yang dikenal dengan sebutan piagam 11 September 1945 yang berisi 3 butir komitmen tugas dan fungsi RRI yang kemudian dikenal dengan nama Tri Prasetya RRI. Pertama, kita harus menyelamatkan segala alat siaran radio dari siapapun yang hendak menggunakan alat tersebut untuk menghancurkan negara kita dan membela alat itu dengan segala jiwa raga dalam keadaan bagaimanapun dan akibat apapun juga. Kedua, kita harus mengemudikan siaran RRI sebagai alat perjuangan dan alat revolusi seluruh bangsa Indonesia, dengan jiwa kebangsaan murni, hati yang bersih dan jujur serta budi yang penuh dengan kecintaan dan kesetiaan kepada tanah air bangsa. Ketiga, kita harus berdiri di atas segala aliran dan keyakinan partai atau golongan, dengan mengutamakan persatuan bangsa dan keselamatan negara, serta berpegangan pada jiwa proklamasi 17 agustus 1945.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Mufid, h. 25

<sup>26</sup> Santi Indra Astuti, *Jurnalisme Radio* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013) h. 6.

Pada tahun 1966, radio Ampera mulai mengudara sebagai sarana perjuangan dalam kesatuan aksi dalam era orde baru. Selain itu, stasiun radio lain seperti Laskar Ampera dan beberapa stasiun radio lainnya juga aktif dalam kegiatan penyiaran. Antara tahun 1966 dan 1967, organisasi-organisasi radio amatir mulai bermunculan di berbagai daerah. Pada tanggal 9 Juli 1968, Organisasi Radio Amatir Republik Indonesia (ORARI) didirikan.

### 3. Karakteristik Radio

Sebagai salah satu media massa, radio memiliki beberapa karakteristik utama sebagai berikut:<sup>27</sup>

- a. **Publisitas:** Radio digunakan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat secara luas. Informasi yang disampaikan melalui radio dapat didengarkan oleh siapa saja tanpa batasan khusus. Radio dapat diakses oleh semua golongan masyarakat tanpa memandang status atau latar belakang.
- b. **Aksesibilitas:** Radio dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja yang memiliki alat penerima radio. Tidak ada pembatasan yang mengatur siapa yang boleh atau tidak boleh mendengarkan radio. Semua orang memiliki kebebasan untuk mendengarkan siaran radio sesuai dengan keinginan mereka.
- c. **Auditori:** radio merupakan suara yang siarannya dapat didengar dan dikonsumsi telinga. Apapun yang disajikan melalui siaran radio berupa siaran radio berupa suara (sound, audio). Maka dari itu, siaran radio harus diproduksi sejas mungkin (audible) dan mudah agar langsung dipahami oleh pendengar.<sup>28</sup>
- d. **Fleksibilitas:** Radio dapat dinikmati kapan saja dan di mana saja. Pendengar memiliki kebebasan untuk memilih waktu dan tempat mendengarkan radio sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

---

<sup>27</sup> M Ikhwan, *Manajemen Media Kontemporer* (Jakarta: Kencana, 2022) h. 79.

<sup>28</sup> Diah Tri Wardani, 'Strategi Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) Pada Program Acara di Radio Dian Swara Purwokerto' Skripsi, (IAIN Purwokerto, 2020) h.48-49.

Radio dapat menjadi pendamping setia dalam berbagai situasi kehidupan sehari-hari, baik saat bekerja, berkendara, atau bahkan saat beristirahat di rumah.

- e. Transmisi: adanya sebuah pemancar (transmitter) telekomunikasi untuk memancarkan sinyal.
- f. Imajinatif: radio bersifat theatre of mind artinya radio mampu menciptakan imajinasi di benak pendengar. Pendengar hanya bisa membayangkan dalam imajinasinya apa yang dikemukakan oleh penyiar.
- g. Akrab: Radio menciptakan suasana akrab antara penyiar dan pendengarnya. Penyiar berbicara dengan gaya yang terasa seperti sedang berbincang dengan teman dekat, memberikan kesan kedekatan dan kebersamaan.
- h. Identik dengan musik: radio merupakan media utama untuk mendengarkan musik. Dalam hal musik radio mempunyai daya kejut (surprise) karena pendengar tidak tahu lagu apa yang akan disajikan.
- i. Biaya Terjangkau: Pendengar dapat menikmati siaran radio tanpa dikenakan biaya sepeser pun. Radio adalah media yang murah atau bahkan gratis bagi pendengarnya.
- j. Selintas: pendengar tidak bisa mengulang apa yang didengarnya, karena siaran radio cepat hilang dan mudah dilupakan.
- k. Universalitas: semua informasi yang diberikan radio bersifat umum dan mencakup semua aspek kehidupan serta berbagai peristiwa dan topik yang menjadi kepentingan publik. Sebab sasaran pemberian informasi adalah masyarakat luas.
- l. Periodisitas: siaran radio mengacu pada sifat berkala dan tetap dari penyiaran tersebut, baik dalam skala harian maupun mingguan. Sebagai contoh, sebuah stasiun radio dapat mengudara selama 18 jam setiap hari, dimulai pada pukul 05.00 dan berakhir pada pukul 23.00.
- m. Kontinuitas: mengacu pada kelanjutan siaran radio yang bersifat berkesinambungan atau terus-menerus, dengan konsistensi mengikuti

jadwal yang telah ditentukan. Dalam hal ini, stasiun radio secara stabil dan teratur melakukan penyiaran sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, tanpa adanya gangguan atau kesenjangan dalam siaran.

- n. Aktualitas: siaran radio menampilkan informasi actual, hal-hal baru, dan terkini.<sup>29</sup>

#### 4. Kelebihan dan Kelemahan Radio

Setiap media massa memiliki kelebihan dan kelemahan. Tidak ada satupun media massa yang sanggup memenuhi kepuasan dari khalayak yang heterogen terhadap segala keinginan dan kebutuhannya.<sup>30</sup>

##### a. Kelebihan Radio

- 1) Radio bersifat cepat dan langsung: Proses penyampaian pesan melalui radio relatif cepat dan langsung. Informasi, berita, hiburan, dan program siaran dapat dinikmati secara langsung oleh pendengar.
- 2) Radio bersifat tanpa batas: Siaran radio tidak terbatas oleh batasan geografis, demografis, suku, agama, ras, atau kelas sosial. Radio dapat menjangkau pendengar di berbagai wilayah dan latar belakang yang berbeda.
- 3) Fleksibel, mobile dan portable: Mendengarkan radio dapat dinikmati sambil melakukan berbagai aktivitas seperti mengemudi, belajar, atau membaca buku. Selain itu, radio juga dapat diakses melalui perangkat seluler seperti handphone, sehingga memudahkan pendengar untuk mendengarkan siaran radio di mana pun mereka berada.

##### b. Kelemahan Radio

- 1) Selintas: siaran radio cepat hilang dan gampang dilupakan. Pendengar tidak bisa mengulangi mendengarkan apa yang sudah disiarkan oleh penyiar radio.

<sup>29</sup> Riswandi, *Dasar-Dasar Penyiaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009). h. 2-3.

<sup>30</sup> Wiratri Anindhita & Devie R, *Prinsip dan Praktik Jurnalisme Radio* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2022) h. 18-19.

- 2) Batasan waktu: waktu siaran radio terbatas, hanya 24 jam sehari berbeda dengan surat kabar yang bisa menambah jumlah dengan bebas.
- 3) Beralur linier: program disajikan dan dinikmati pendengar berdasarkan urutan yang sudah ada, tidak bisa melompat ke urutan yang diinginkan.

## 5. Jenis-Jenis Radio<sup>31</sup>

### a. Radio Siaran

Radio siaran menggunakan tiga jenis frekuensi yaitu FM (Frekuensi Modulasi), AM (Amplitudo Modulasi), dan SW (Short Wave). Radio siaran terbagi dalam beberapa pengelola diantaranya ialah:

- 1) Radio Pemerintah. Radio jenis ini dikelola oleh sebuah pemerintah disuatu negara.
- 2) Radio Publik. Publiklah yang mengelola radio ini, baik dari segi pembiayaan maupun siaran. Biasanya radio public dibiayai oleh masyarakat pendengar dan sumbangan donator baik perorangan maupun perusahaan.
- 3) Radio Swasta. Radio ini dikelola swasta menjadi radio yang paling banyak dimuka bumi.
- 4) Radio Komunitas. Radio ini tidak jauh berbeda dengan radio publik. Namun, cakupan siaran radaio komunitas lebih sempit dengan khalayak komunitas tertentu.

### b. Stasiun Amatir Radio

Radio amatir merupakan frekuensi radio khusus digunakan untuk individu-individu tanpa tujuan komersial atau tujuan kelompok. Radio amatir dimanfaatkan pengelola hanya sebagai hobi belaka. Stasiun radio amatir beroperasi pada frekuensi dari 500 Hz – 30.000 KHz.

---

<sup>31</sup> Ranum Wafiq Azizah, 'Manajemen Penyiaran Radio Bercahaya 94,3 FM Di Era Digital' (UIN Saiffudin Zuhri Purwokerto, 2023) h. 30.

c. Citizen Band (CB)

Radio CB sudah dikenal di Indonesia sejak tahun 70-an. Radio ini beroperasi di frekuensi 27 MHz atau gelombang 11 meter.

d. Stasiun Serba-Guna

Stasiun serba-guna digunakan secara khusus untuk keperluan tertentu, dan tidak bersifat massal. Stasiun ini menggunakan frekuensi yang tidak digunakan radio siaran, amatir, citizen band, dan stasiun-stasiun radio siaran internasional.

6. Progam Radio

Program radio adalah serangkaian segmen atau konten audio yang disiarkan di saluran radio. Jenis program radio dapat bermacam-macam seperti siaran berita, siaran acara music, siaran dakwah, wawancara, dan banyak lagi. Adapun program radio diproduksi oleh stasiun radio untuk mendapatkan pendapatan stasiun radio.<sup>32</sup>

7. Promosi Program Radio

Pada era modern seperti sekarang media promosi didominasi oleh media sosial berbasis aplikasi teknologi dan informasi, dimana teknologi promosi melalui media sosial dapat diakses dengan kecepatan dan penyebaran yang semakin cepat. Media sosial juga dipahami sebagai media berbasis aplikasi internet yang diakses secara online, media sosial dapat diakses oleh semua orang selama ada jaringan koneksi yang menghubungkan dengan internet. Adapun media sosial yang digunakan untuk melakukan promosi program radio yaitu:

a. WhatsApp

Whatsapp merupakan sebuah aplikasi chatting yang berfungsi sebagai media sosial dan dapat digunakan di smartphone. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengirim dan menerima pesan secara online tanpa dikenakan biaya pulsa seperti pada pengiriman

---

<sup>32</sup> Haniva Diana Putri, 'Strategi Radio Elsi FM Bukit Tinggi Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Milenial' (IAIN Bukit Tinggi, 2021) h. 26.

SMS atau panggilan telepon seluler. Whatsapp menggunakan paket data internet yang sama dengan aplikasi media sosial lainnya.

Whatsapp memiliki berbagai fitur yang meliputi:

- 1) Mengirim dan menerima pesan teks: Pengguna dapat mengirim dan menerima pesan teks secara langsung melalui aplikasi ini.
- 2) Mengirim dan menerima foto: Pengguna dapat mengambil foto secara langsung melalui kamera ponsel atau mengirim foto dari album foto mereka.
- 3) Mengirim dan menerima video: Selain foto, pengguna juga dapat mengirim dan menerima video melalui aplikasi ini.
- 4) Bertukar dokumen: Whatsapp memungkinkan pengguna untuk bertukar dokumen seperti PDF, Word, Excel, dan format file lainnya.
- 5) Panggilan telepon dan panggilan video: Pengguna dapat melakukan panggilan suara dan panggilan video langsung melalui aplikasi ini.
- 6) Mengirim dan menerima rekaman suara (voice note): Pengguna dapat merekam dan mengirim pesan suara pendek kepada kontak mereka.
- 7) Berbagi lokasi melalui GPS: Whatsapp memungkinkan pengguna untuk berbagi lokasi mereka dengan kontak lain menggunakan fitur GPS pada ponsel.
- 8) Mengirim dan menerima nomor kontak: Pengguna dapat dengan mudah mengirim dan menerima nomor kontak dari aplikasi ini.
- 9) Status Whatsapp: Pengguna dapat membuat status pendek yang dapat dilihat oleh kontak mereka. Status ini akan terhapus secara otomatis setelah 24 jam.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Safera, h. 66.

b. Instagram

Instagram dapat diartikan sebagai media untuk mengambil foto dan mengirimnya dalam waktu cepat. Instagram memiliki lima menu utama yaitu:<sup>34</sup>

- 1) Home page atau halaman utama berisi foto atau video dari pengguna lain yang telah diikuti. Cara melihatnya dengan menggeser layar ke arah bawah,
- 2) Comments foto ataupun video yang sudah diunggah dapat dikomentari oleh pengguna lain dalam kolom komentar yang telah tersedia.
- 3) Explore merupakan kumpulan foto dan video populer yang mendapatkan banyak like.
- 4) Profil Informasi pengguna lain dapat diketahui melalui profil yang diisi oleh pengguna tersebut.
- 5) News feed atau fitur yang berisikan notifikasi atas berbagai kegiatan yang dilakukan pengguna akun Instagram.

Aktivitas yang dapat dilakukan di Instagram, yaitu:

- 1) Follow. Follow yang berarti ikut, Pengguna Instagram dapat mengikuti atau menjadi teman dengan pengguna lain dengan cara saling mengikuti akun Instagram mereka.
- 2) Like. Tombol "like" digunakan untuk menyukai foto atau video yang diunggah oleh pengguna lain. Pengguna dapat menekan tombol "like" di bawah keterangan foto atau dengan mengetuk dua kali pada foto tersebut.
- 3) Komentar. Pengguna dapat memberikan pendapat atau mengirimkan pesan melalui kolom komentar yang terletak di sebelah tombol "like" untuk berinteraksi dengan pengguna lain.

---

<sup>34</sup> Dinda Sekar Puspitarini, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi; Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky', *Jurnal Common*, 3.1 (2019) h. 73.

4) Mention. Fitur mention digunakan untuk menandai atau menyebutkan pengguna lain dengan cara menambahkan tanda "@" di depan nama akun Instagram pengguna lain. Misalnya, menggunakan format "@nurudhien16" untuk menyebutkan pengguna dengan akun "nurudhien16.

c. Facebook

Facebook merupakan situs jaringan sosial populer gratis yang memungkinkan pengguna terdaftar untuk membuat profil, mengunggah foto atau video, mengirim dan menerima pesan. Fitur-fitur yang terdapat di facebook, yaitu:<sup>35</sup>

- 1) Marketplace; Fitur ini memudahkan pengguna untuk mengirim, membaca, dan menanggapi iklan, sehingga memfasilitasi kegiatan jual-beli di platform tersebut.
- 2) Groups; Fitur ini memungkinkan pengguna dengan minat atau kepentingan bersama untuk saling menemukan dan berinteraksi di dalam sebuah grup.
- 3) Menu Status; Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mempublikasikan status atau kiriman yang ingin mereka bagikan, dengan durasi tayangan selama 24 jam.
- 4) Halaman; Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membuat halaman khusus yang dapat digunakan untuk mempromosikan barang dan jasa, serta membangun kehadiran online untuk bisnis, organisasi, atau kepentingan lainnya.

d. Youtube

Youtube merupakan platform video digital yang memungkinkan pengguna untuk memposting, menonton dan berbagi video gratis. platform ini menyediakan beragam konten seperti video music, film, video Pendidikan, tutorial dan banyak lagi. Youtube telah

---

<sup>35</sup> Nyimak Sopiah, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Facebook', *Jurnal*, 2013. (Palembang: Universitas Bina Darma), h. 1.

mengubah banyak orang mengonsumsi video dan telah menjadi bagian penting dari era digital.

#### 8. Pendengar Radio

Pendengar radio adalah orang-orang yang mengonsumsi program siaran radio maupun penikmat program radio. Sasaran radio dalam menyampaikan program radio adalah memiliki pendengar atau audien yang khas yaitu:

- a. Heterogen yakni pendengar siaran radio terdiri dari orang-orang yang berbeda usia, status sosial, pekerjaan, latar belakang sosial, politik, dan budaya.
- b. Pribadi yakni seorang atau individu, bukan kelompok maupun organisasi.
- c. Aktif yakni pendengar siaran radio melakukan interpretasi atau menilai apa yang didengarnya.
- d. Selektif yakni pendengar radio dapat memilih stasiun radio yang disukai.

#### 9. Eksistensi Radio

Saat ini keberadaan radio sebagai media penyiaran dianggap sebagai media tradisional karena media-media baru muncul sebagai media kekinian. Kemunculan media baru seperti internet mengalahkan radio sebagai media besar dimasa lalunya. Maka dalam mempertahankan eksistensi suatu stasiun radio, diharuskan memiliki daya kreatif agar radio tidak dianggap sebagai media yang ketinggalan zaman.<sup>36</sup>

Eksistensi radio merupakan stasiun radio yang dapat berdiri sendiri. Keberadaan stasiun radio akan dapat dirasakan ketika mampu memberikan suatu bukti atau pengaruh terhadap segala sesuatu yang ada disekitarnya. Dalam radio, keberadaannya tidak akan diketahui jika radio tidak menjalankan prosedur penyiaran dengan baik. Adanya masyarakat sangat berpengaruh untuk terwujudnya eksistensi atau keberadaannya. Disini

---

<sup>36</sup> Diana Putri, h. 15.

radio menyuguhkan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat baik itu dalam program hiburan maupun edukasi sehingga masyarakat akan selalu mendengarkan program yang disiarkan oleh radio.<sup>37</sup>

## 10. Era Digital

Digital berasal dari bahasa Yunani yaitu digitus yang berarti jari-jerami. hal ini mengacu pada sesuatu yang menggunakan angka, terutama bilangan angka biner. Bahasa biner adalah jantung komunikasi digital. Menggunakan bilangan 1 dan 0, diatur dalam kode yang berbeda untuk memudahkan pertukaran informasi. Bilangan 1 dan 0 mewakili potongan terkecil dari informasi dalam system digital.<sup>38</sup>

Era digital adalah periode waktu dimana teknologi digital dan komunikasi menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari. Era digital tidak terlepas dari kemunculan internet yang berkembang menjadi new media atau media baru, kontemporer atau jaringan teknologi dan komunikasi. Era digital menjadi sangat tergantung pada kemajuan teknologi yang dapat menciptakan efisiensi dengan jangkauan wilayah yang luas tanpa terhalang batas negara. Salah satu wujud teknologi (media baru) yang berhasil menjawab hal tersebut adalah teknologi internet.

Era ini telah merevolusi cara berkomunikasi, bekerja, belajar, dan mengonsumsi informasi dan telah menciptakan peluang baru serta telah mengubah cara mengakses berbagai informasi. Dimana semua kegiatan bisa dilakukan dengan cara canggih.

Perkembangan teknologi yang begitu pesat dan menyebar ke seluruh dunia membuktikan bahwa hal tersebut tidak hanya mengubah tatanan kehidupan sosial, budaya rakyat, dan kehidupan politik.

Tidak heran, pada level wacana, era digital memberi ruang lebar bagi “pertarungan opini”, sehingga teks-teks yang diproduksi menjadi

---

<sup>37</sup> Tresna Yumiana Rahayu, ‘Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya’, *Jurnal Makna*, 4.1 (2019) h. 141.

<sup>38</sup> Wafiq Azizah, h. 31.

objek liar yang bisa ditafsir dengan bebas oleh khalayak. Manusia diajak untuk menjadi manusia yang rasional (manusia mesin). Rasionalisasi masyarakat diperkuat dengan regulasi ketat dan supremasi hukum yang belum ditegakkan secara kaffah, sehingga manusia kerap kehilangan identitas dirinya.<sup>39</sup>

Namun, manusia harus bersyukur atas teknologi ini karena telah membuat banyak hal menjadi lebih mudah untuk dilakukan. Sama halnya dengan radio, perkembangan teknologi tidak selamanya menjadi tantangan radio dalam mempertahankan eksistensinya, justru bisa dimanfaatkan sebagai sebuah peluang dalam kemajuan di radio saat ini. Radio sebagai media massa harus bisa membuka pada realitas yang ada di masyarakat.

## **B. Radio Sebagai Media Dakwah**

### **1. Pengertian media dakwah**

Media berasal dari bahasa Latin, median, yang merupakan bentuk jamak dari medium yang secara etimologi berarti alat perantara. Secara umum dipahami bahwa istilah ‘media’ mencakup sarana komunikasi dari penyampai pesan (*komunikator*) kepada komunikan (*audiens*).

Media dakwah adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u.<sup>40</sup>

Media dakwah pada zaman Rasulullah dan sahabat sangat terbatas, yakni berkisar pada dakwah *qauliyah bil lisan* (perkataan) dan dakwah *fi'liyah bil uswah* (perbuatan), ditambah dengan media penggunaan surat (*rasail*) yang sangat terbatas.

Perkembangan media dakwah pada satu abad kemudian, dakwah menggunakan media *qashash* (tukang cerita) dan *muallafat* (karangan

<sup>39</sup> Wafiq Azizah, h.33.

<sup>40</sup> Farikha Irzum. "Media Dakwah Pop", *At Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2.1 (2015), h. 26-28.

tertulis) diperkenalkan. Media tersebut berkembang cukup pesat dan dapat bertahan sampai saat ini.

Pada abad ke-14 Hijriah, bidang ilmu pengetahuan dan teknologi mengalami perkembangan yang pesat. Perkembangan ini memberi pengaruh negatif terhadap dakwah. Namun, juga memberi pengaruh positif yang dapat mendorong dan membantu lajunya media dakwah.

## 2. Tujuan Media Dakwah

Bahwasanya tujuan media dakwah adalah untuk membantu, mempermudah dai dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. Sementara dakwah bertujuan agar menarik perhatian manusia agar kejalan Allah SWT dan melaksanakan perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Adapun menurut M. Natsir tujuan dakwah adalah:<sup>41</sup>

- a. Memanggil kita kepada syariat, untuk memecahkan masalah hidup perorangan dan persoalan berumah tangga, berjamaah-bermasyarakat, dan berbangsa-bersuku bangsa, bernegara, berantar negara.
- b. Memanggil kita kepada fungsi hidup sebagai hamba Allah SWT.
- c. Mengubah sikap mental dan tingkah laku manusia yang kurang baik menjadi lebih baik.
- d. Meningkatkan kualitas iman dan Islam seorang secara sadar dan timbul dari kemauan sendiri tanpa terpaksa oleh apapun dan siapapun.

## 3. Radio Sebagai Media Dakwah

Dakwah melalui radio artinya memperlakukan dan memanfaatkan media radio ini sebagai sarana atau alat untuk mencapai tujuan dakwah. Jenis progam dakwah di radio adalah ceramah, dan dialog Islam (*talk show*), materi terjemahan hadits, ayat al'quran, ungkapan sahabat nabi, nasihat ulama, atau mutiara kata Islam.

---

<sup>41</sup> Muridan, 'Gagasan Pemikiran dan Gerakan Dakwah M. Natsir di Indonesia', *Komunika*, 4.2 (2010). 284-295.

Radio dakwah di era digital memiliki peran yang penting, meskipun sudah banyak tersedia platform dan saluran komunikasi baru yang muncul. Sebagai sarana penyiaran agama, radio dapat memberikan rangsangan terhadap persepsi atau tanggapan dan tingkah laku bagi masyarakat banyak. Masyarakat sangat sensitif terhadap suatu usaha untuk mengajak, menyeru, dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang pada ajaran Allah guna memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Mengajak kejalan Allah adalah wajib hukumnya. Keberhasilan ajakan mencerminkan prospek dan pelestarian perkembangan Islam di masa depan. Semakin banyak orang berhubungan dengan dakwah, maka akan semakin banyak pula pengetahuan bagi dirinya. Didalam proses komunikasi sosial peran radio sebagai media dakwah adalah mewedahi sebanyak mungkin kebutuhan dan kepentingan pendengarnya serta untuk penyebaran ajaran Islam kepada masyarakat sebagai pedoman hidup guna memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.

Dakwah melalui radio cukup efektif, karena sifatnya umum, serempak tanpa terbatas di daerah perkotaan maupun di pedesaan yang dapat menikmatinya.<sup>42</sup> Selain itu, bentuk program radio yang bersifat dialog memberikan ruang untuk pendengar berinteraksi langsung dengan da'i (*komunikator*) dalam mendiskusikan pesan dakwah. Keberlanjutan radio dakwah di era digital tergantung pada kemampuan radio untuk beradaptasi dengan teknologi baru dan tetap relevan dalam menyampaikan program yang bermanfaat.

### C. Strategi Pemasaran Radio

#### 1. Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yakni *strategia* atau *strategios* yang merupakan penggabungan dari kata *stratos* (tentara) dan *ago* (memimpin). Dalam konteks ini, strategi adalah perencanaan untuk

---

<sup>42</sup> Istina Rakhmawati, 'Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah', *At Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4.1 (2016) h. 64.

mengalokasikan sumber daya (tentara, senjata, bahan pangan, dan seterusnya) untuk mencapai tujuan yaitu memenangkan peperangan.<sup>43</sup> Menurut Henry Mintzberg mendefinisikan strategi mempunyai arti sebuah keputusan yang tepat, jelas, kompherensif, dan valid sebagai dasar filosofi dan praktis bagi kita untuk berfikir, berperilaku, beraktifitas dan berindak.<sup>44</sup> Strategi menurut Siagian Sondang adalah serangkaian keputusan dan tindakan sadar yang dibuat atasan dan dilaksanakan oleh seluruh jajaran dalam organisasi untuk mencapai tujuan dari organisasi tersebut.<sup>45</sup>

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai tujuan. Strategi selain berfungsi sebagai panduan yang hanya menunjukkan arah, juga harus menunjukkan taktik operasionalnya.<sup>46</sup> Strategi menurut Quinn didefinisikan sebagai rencana yang diterapkan oleh suatu oraganisasi untuk merealisasikan tujuan utama, kebijakan, dan rangkaian tindakan suatu organisasi.<sup>47</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas disimpulkan bahwa konsep strategi adalah suatu rencana dan taktik atau cara yang harus ada dalam setiap oraganisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang ditentukan. Suatu organisasi atau perusahaan tanpa strategi yang baik dan benar serta tanpa pertimbangan yang matang dan terstruktur dapat mengakibatkan sebuah kegagalan dalam mencapai tujuannya.

Adapun dalam melaksanakan strategi diperlukan tahapan tahapan dalam prosesnya, antara lain:<sup>48</sup>

---

<sup>43</sup> Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Revisi (Jakarta: Rajawali Pers, 2017) h. 64.

<sup>44</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi 4 (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015), h. 5.

<sup>45</sup> Siagian P Sondang, *Management Strategi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004) h. 20.

<sup>46</sup> Unong Uchajana Effeny, *Dimensi-Dimensi Komunikasi* (Bandung: PT. Alumni, 1987) h. 97.

<sup>47</sup> Sesra Budio, "Strategi Manajemen Sekolah", *Jurnal Menata*, No 2 (Juli-Desember 2019), h. 60.

<sup>48</sup> Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik; Pengantar Proses Berfikir Strategi* (Tanggerang: Binarupa Aksara, 1996) h. 15.

a. Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah mengembangkan misi dan visi jangka panjang, pengidentifikasi peluang dan ancaman dari luar, serta kekuatan dan kelemahan perusahaan, pengembangan alternatif-alternatif strategi dan penentuan strategi yang tepat untuk diterapkan.

b. Penerapan Strategi

Penerapan strategi meliputi penentuan sasaran operasional, kebijakan perusahaan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber-sumber daya agar strategi yang telah ditetapkan dapat digunakan.

c. Penilaian Strategi.

Evaluasi strategi mencakup usaha-usaha memantau seluruh hasil dari pembuatan dan penetapan strategi. Seperti mengukur kinerja individu dan perusahaan.

2. Pemasaran

Istilah pemasaran dalam bahasa Inggris adalah marketing yang berasal dari kata benda market yang berarti pasar. Secara umum, pemasaran diartikan sebagai sebuah proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan dan masyarakat luas.

Kata pemasaran sering juga dipertukarkan dengan istilah penjualan, distribusi, maupun perdagangan. Padahal pemasaran merupakan konsep yang holistic yang mana penjualan, distribusi, maupun perdagangan merupakan salah satu bagian dari sistem pemasaran. Pemasaran mempunyai arti lebih luas dibandingkan dengan penjualan. Pemasaran diartikan sebagai sebuah usaha perusahaan dalam mengkomunikasikan produk perusahaan kepada konsumen yang diidentifikasi sebelumnya.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Ngatno, *Manajemen Pemasaran* (Semarang: EF Press Digimedia, 2018). Ngatno, *Manajemen Pemasaran* (Semarang: EF Press Digimedia, 2018), h. 9.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dibidang produk ataupun jasa untuk mempertahankan keberlangsungan hidup usahanya. Hal tersebut karena pemasaran merupakan suatu kegiatan yang secara langsung berhubungan dengan pelanggan dan masyarakat luas.

Pemasaran melibatkan interaksi dengan konsumen untuk membangun hubungan jangka panjang dan mempertahankan kepuasan konsumen serta pemasaran berperan sebagai suatu penentu kesuksesan sebuah perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya.

Dalam aktifitas pemasaran dalam lingkup perusahaan tidak terlepas dari sarana bauran pemasaran atau yang dikenal dengan bauran 4P, yakni produk (*product*), harga (*price*), tempat (*Place*), dan promosi (*Promotion*).<sup>50</sup>

- a. Produk (*product*) adalah kombinasi barang atau jasa yang ditawarkan kepada pasar sasaran.
- b. Harga (*price*) adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa. Biaya yang disiapkan media untuk ditawarkan kepada khalayak sasaran.
- c. Tempat (*Place*) adalah saluran distribusi dimana barang atau jasa disediakan untuk dibeli oleh pembeli.
- d. Promosi (*promotion*) adalah usaha yang dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian para pembeli. Pengembangan dari promosi adalah komunikasi pemasaran.

### 3. Komunikasi Pemasaran

Pada hakikatnya, komunikasi pemasaran adalah hasil pengembangan elemen bauran pemasaran yakni promosi. promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang bertujuan menginformasikan kepada audiens akan merek atau produk perusahaan. Hanya saja, istilah promosi dipandang hanya menyampaikan produk satu arah dari

---

<sup>50</sup> Bella Rista Safera, 'Komunikasi Pemasaran Radio Suara Banjarnegara Dalam Mempromosikan Program' (IAIN Purwokerto, 2021) h. 18.

penyampai pesan (pemasar) kepada penerima pesan (konsumen). Oleh karena itu, konsep komunikasi pemasaran dikemukakan sebagai pengembangannya.

Komunikasi pemasaran (marketing communications) adalah sarana dimana perusahaan berusaha membujuk, mengkomunikasikan produk atau merek kepada konsumen.<sup>51</sup> Komunikasi pemasaran dalam perusahaan diartikan sebagai kegiatan dengan taktik komunikasi yang mempunyai tujuan menyampaikan program kepada khalayak pasarnya. komunikasi pemasaran yang sukses diperlukan komunikasi pemasaran yang baik. Adapun komunikasi pemasaran memiliki tiga tujuan utama yaitu:

- a. Memberi Informasi (*Informing*) kegiatan promosi membuat pelanggan sadar akan produk-produk baru, mendidik konsumen tentang berbagai fitur dan merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan.
- b. Membujuk (*Persuading*) media promosi yang baik akan mempersuasi konsumen untuk mencoba produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi juga berupaya untuk membangun permintaan konsumen.
- c. Mengingatkan (*Reminding*) agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan konsumen.<sup>52</sup>

Proses komunikasi pemasaran yang berhasil terdiri dari serangkaian tahap yang saling terkait yakni mengidentifikasi audiens sasaran, menentukan tujuan, merancang pesan, memilih saluran komunikasi pemasaran, menerapkan komunikasi pemasaran, dan evaluasi komunikasi pemasaran.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Miah Said dan Muhammad Yusuf Saleh, *Konsep dan Strategi Pemasaran* (Makasar: CV. Sah Media, 2019) h. 123.

<sup>52</sup> Mega Lestari etc, 'Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Kiis FM Dalam Padang Sidempuan', 2.3 (2023), h. 1066.

<sup>53</sup> Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. h. 391.

Strategi komunikasi pemasaran adalah sebuah keseluruhan program perusahaan untuk menentukan target pasar dan menentukan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari bauran pemasaran produk, harga, distribusi, promosi dan bauran komunikasi pemasaran.<sup>54</sup> Adapun strategi pemasaran dengan menerapkan strategi komunikasi pemasaran adalah menerapkan bauran komunikasi pemasaran yaitu:<sup>55</sup>

a. Periklanan

Periklanan adalah segala bentuk presentasi dan promosi ide, barang atau jasa yang dibayar oleh sponsor yang teridentifikasi.

b. Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat adalah berbagai macam program yang dirancang untuk mempromosikan dan melindungi citra produk atau perusahaan.

c. Promosi

Promosi adalah sebuah insentif jangka pendek yang dimaksudkan untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa.

d. Penjualan Personal

Penjualan Personal adalah interaksi tatap muka dengan calon pembeli untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan mendapat pesanan.

e. Direct Marketing

Direct Marketing adalah penggunaan surat, telepon, fax, email, atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan untuk mendapatkan respon langsung dari pelanggan dan calon pelanggan.

---

<sup>54</sup> Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, h. 388.

<sup>55</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi 3 (Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2008) h. 117.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (*field research*) lapangan atau penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau kepada responden.<sup>56</sup> Metode merupakan cara menghilangkan kendala dan rintangan selama proses menggapai tujuan. Metode kualitatif diartikan sebagai cara penyelidikan untuk menemukan arti sebenarnya, pengertian, konsep, ciri ciri dan tanda tanda dengan mendeskripsikan mengenai fenomena yang disajikan secara naratif.<sup>57</sup>

Pendekatan kualitatif berkonsentrasi pada proses daripada hasil akhir dan dinamis karena banyaknya gejala yang didapatkan. Untuk itu dalam mencari jawaban dari realitas sosial tidak bisa ditemukan dengan hanya mengetahui penyebab realitas, namun harus sampai pada maksud sebenarnya. Dengan ini nantinya dapat memberikan gambaran terperinci dari strategi pemasaran yang diterapkan RadioQu 89,6 FM purbalingga untuk mempertahankan eksistensinya di era digital.

Dalam arti lain, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian deskriptif. Metode deskriptif adalah kegiatan pengumpulan data yang berhubungan dengan keadaan serta waktu yang sedang berlangsung dari pokok utama sebuah penelitian. Penelitian ini menghasilkan data deskriptif naratif.<sup>58</sup>

Alasan peneliti memilih jenis pendekatan kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena apa yang dialami subyek penelitian seperti strategi, perilaku, persepsi, motivasi, dan lain-lain secara menyeluruh dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada satu konteks khusus yang alamiah. Penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian kualitatif yaitu

---

<sup>56</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010) h. 28.

<sup>57</sup> A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2021) h. 329.

<sup>58</sup> Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) h. 44.

memahami fenomena sosial dari sudut pandang informan atau partisipan.

Partisipan atau informan adalah individu yang diamati, diwawancarai dan atau dimintai informasi, wawasan, pendapat, serta pandangannya. Sementara dalam kegiatan pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, dokumentasi, observasi langsung, dan observasi partisipatif.

## **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di RadioQu 89,6 FM beralamat di jalan MT Haryono Karang Sentul, Padamara, Kabupaten Purbalingga. Adapun penelitian dilakukan pada bulan maret sampai juni 2023.

## **C. Subjek dan Objek penelitian**

### **1. Subyek Penelitian**

Subyek penelitian adalah orang yang memahami informasi obyek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian.<sup>59</sup> Subjek penelitian merupakan sumber informasi mengenai situasi dan kondisi lapangan penelitian. sumber informasi didapat dari orang-orang yang dimintai keterangan selama penelitian berlangsung.<sup>60</sup> Subyek pada penelitian ini adalah direktur radio (Budi Prasetyo, S.E) serta crew RadioQu 89,6 FM Purbalingga di bagian manajemen dan pemasaran.

### **2. Obyek Penelitian**

Objek penelitian disebut juga sebagai variable penelitian yang artinya ialah sesuatu yang menjadi perhatian peneliti.<sup>61</sup> Objek penelitian ini ialah strategi pemasaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga. Dalam penelitian ini berkaitan dengan bagaimana strategi pemasaran radio untuk mempertahankan eksistensinya di era digital.

## **D. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini berdasarkan wawancara, observasi dan dokumentasi.

---

<sup>59</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif; Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial* (Jakarta: Kencana, 2007) h. 76.

<sup>60</sup> Rahmadi, *Pengantar Metode Penelitian* (Banjarmasin: Antasari Press, 2011) h. 61.

<sup>61</sup> Rifa'i Abu Bakar, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Suka Press, 2021) h. 55.

## 1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai fenomena yang sedang diselidiki.<sup>62</sup> Sutrisno Hadi seperti dikutip oleh Sugiyono mengatakan, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>63</sup>

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.<sup>64</sup> Peneliti akan mengamati kegiatan yang ada di RadioQu 89,6 FM Purbalingga, mencatat data yang berhubungan dengan strategi pemasaran radio untuk mempertahankan eksistensi di era digital.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah proses pencarian informasi melalui percakapan tatap muka peneliti dengan subjek penelitian.<sup>65</sup> Wawancara ialah sebuah proses untuk mendapatkan informasi dengan teknik tanya jawab agar informasi yang didapat dieksplorasi peneliti secara keseluruhan dan bersifat jelas.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil informasi dengan wawancara semistruktur yakni dengan wawancara mendalam kepada Direktur RadioQu 89,6 FM dan crew RadioQu 89,6 FM Purbalingga agar diketahui permasalahan secara terbuka, pendengar yang mana pihak yang diwawancara dimintai pendapat dan ide-idenya.

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengontruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan, dan sebagainya yang dilakukan oleh dua pihak yaitu

---

<sup>62</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta: Andi, 2004) h. 151.

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019) h. 203.

<sup>64</sup> Sugiyono, h. 203.

<sup>65</sup> Yusuf, h. 372

pewawancara yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai.<sup>66</sup> Adapun informan yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah:

a. Direktur RadioQu 89,6 FM

Adapun wawancara kepada direktur radio untuk mendapatkan data kebijakan radio, kebijakan program, Kebijakan pemasaran, kinerja karyawannya dan strategi serta data penyusunan strategi radio.

b. Crew RadioQu 89,6 FM

Adapun wawancara kepada crew radio untuk mendapatkan data penunjang seperti pengelolaan radio baik teknis dari teknis produksi program, teknis pemasaran, teknis siaran, penentuan format dan program pemasaran, dan pengarahannya program pemasaran.

Menurut Sutrisno Hadi, anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam menggunakan metode interview adalah sebagai berikut:<sup>67</sup>

- 1) Bahwa subyek (responden) adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
- 2) Bahwa apa yang dinyatakan oleh subyek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya
- 3) Bahwa interpretasi subyek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksudkan oleh peneliti.

Metode interview ini ditujukan kepada informan terpilih yakni Direktur RadioQu 89,6 FM Purbalingga. Metode ini digunakan dengan tujuan dapat menggali informasi atau data-data mengenai strategi pemasaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga secara rinci.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan penelusuran data yang dibutuhkan peneliti melalui data yang telah tersedia. Dokumentasi melibatkan penelusuran data yang dibutuhkan oleh peneliti melalui sumber data yang

---

<sup>66</sup> Bungin, h. 143.

<sup>67</sup> Sugiyono h. 195.

sudah ada. Dokumentasi ini mencakup berbagai dokumen seperti agenda kegiatan, statistik, sejarah, dan informasi lain yang relevan dengan penelitian. Selain itu, juga melibatkan pengumpulan data pendukung dari buku-buku, studi pustaka, dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.<sup>68</sup> Dalam konteks penelitian ini, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen atau file resmi dari RadioQu 89,6 FM Purbalingga. Dokumen-dokumen tersebut meliputi profil perusahaan, sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, serta informasi biaya operasional.

#### **E. Teknik analisis data**

Analisis data merupakan upaya mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Sehingga temuannya bisa dipahami dan diinformasikan kepada orang lain.

Analisis data dilaksanakan dengan mengorganisasikan data dan menjabarkan kedalam unit-unit, Menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan yang mudah dipahami diri sendiri dan orang lain.

Dalam penelitian ini menggunakan model analisis Miles dan Huberman yang mengemukakan bahwa analisis data dilakukan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga data menjadi jenuh. Analisis data model Miles dan Huberman antara lain:<sup>69</sup>

##### **1. Reduksi data**

Reduksi data adalah proses analisis untuk mempertajam, memfokuskan, membuang data agar kemudian dapat diorganisasikan dan dipandu untuk memperoleh temuan baru. Data kegiatan dirangkum, dipilih hal-hal pokok, difokuskan pada hal-hal penting dan dicari tema dan polanya untuk mencapai tujuan yaitu temuan baru.

---

<sup>68</sup> Hikmat, h. 83.

<sup>69</sup> Sugiyono h. 338-345.

Reduksi data merupakan satu cara agar kesimpulan akhir bisa digambarkan dan diverifikasi.<sup>70</sup> Reduksi data dilakukan untuk memudahkan penulis dalam analisis data pokok yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian strategi pemasaran RadioQu 89,6 FM purbalingga.

## 2. Data display/penyajian data

Data display adalah uraian singkat hasil reduksi data berisi kumpulan informasi yang telah ditemukan dan dihubungkan berdasarkan kategori agar terstruktur dan mudah dipahami untuk ditarik pengambilan tindakan selanjutnya.<sup>71</sup> Penyajian data dalam penelitian kualitatif menggunakan teks yang bersifat naratif. Penyajian data digunakan untuk memberikan informasi tentang strategi pemasaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga.

## 3. Kesimpulan atau Verifikasi

Verifikasi adalah jawaban baru dalam memecahkan rumusan masalah penelitian yang diharapkan merupakan temuan baru hasil analisis data. Simpulan tersaji dalam bentuk deskriptif.<sup>72</sup> Digunakan untuk mengambil hasil akhir dari penelitian sesuai sumber data dan kajian teori terkait topik penelitian strategi pemasaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga.

Dalam penarikan kesimpulan, penulis akan berusaha mencari makna dari data yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian. Maka dari itu data yang didapatkan dalam proses observasi, wawancara, dan dokumentasi menjadi bahan acuan bagi peneliti untuk menarik kesimpulan.

---

<sup>70</sup> Yusuf h. 408.

<sup>71</sup> A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Gabungan*. Jakarta: Kencana. 2021. h. 408.

<sup>72</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif; Teori Dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara) h. 212.

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN dan ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Profil RadioQu 89,6 FM**

###### **a. Data Umum**

Nama Perusahaan:	PT. Media Silaturahmi Purbalingga.
Alamat Radio:	Jln. MT Haryono Kelurahan Karang Sentul RT 03 RW 02 Kecamatan Padamara Kabupaten Purbalingga.
Telephone:	08112611869.
Email:	<a href="mailto:RadioQupurbalingga@gmail.com">RadioQupurbalingga@gmail.com</a>
Stream:	Live.RadioQu.com/http://live.RadioQu.com:82 12.
Station Id:	Radio-Qu “Inspirasi Spirit Hati”.
Caall Sign:	Radio-Qu 89,6 FM Purbalingga.
Audience Call:	Sahabat-QU.
Frekuensi:	FM 89,60 Mhz.
Tower:	Guide Wire 50 Meter.
Pemancar:	Rvr Booster 4000 Watt.
Antena:	Sera.
Jangkauan:	Purbalingga, Banyumas, Banjarnegara,
Pendengar:	Wonosobo Ndieng, Kebumen, Pecalang, Pekalongan, Bumiayu.
Waktu Siaran:	Dimulai pukul 05.00 s/d pukul 23.00 WIB. Khusus selama bulan Ramadhan RadioQu dimulai dari pukul 03.00 s/d pukul 23.00 WIB.
Format Musik:	Hadroh, Nasyid, Gambus, Qosidah, Musik Timur Tengah.
Pendengar:	50% Pria dan 50% Wanita. <sup>73</sup> (Klasifikasi yang dikeluarkan oleh direksi RadioQu Purbalingga).

---

<sup>73</sup> Dokumentasi Pada RadioQu 89,6 FM Purbalingga Pada 13 Juni 2023 Pukul 11.00 WIB.

b. Segmentasi Pendengar RadioQu 89,6 FM<sup>74</sup>

Tabel 4.1 Segmentasi Audien  
(Sumber: Dokumen RadioQu Purbalingga)

<b>Berdasarkan Usia Pendengar</b>	
Dibawah 15 Tahun	5%
15 s/d 19 Tahun	10%
20 s/d 24 Tahun	10%
25 s/d 29 Tahun	20%
30 s/d 34 Tahun	20%
35 s/d 39 Tahun	10%
40 s/d 50 Tahun	5%
Diatas 50 tahun	5%
Jumlah	100%
<b>Berdasarkan Pendidikan</b>	
Tidak Tamat SD	10%
Tamat SD	15%
Tamat SLTP	15%
Tamat SLTA	20%
Akademi	20%
Perguruan Tinggi	20%
Jumlah	100%
<b>Berdasarkan Pekerjaan</b>	
Mahasiswa	10%
Wiraswasta	20%
Pelajar	15%
Ibu Rumah Tangga	10%
Pegawai Swasta	10%
PNS/TNI/Polri	15%
Pensiunan	10%
Tidak Bekerja	10%
Jumlah	100%

<sup>74</sup> Dokumentasi Pada RadioQu 89,6 FM Purbalingga Pada 13 Juni 2023 Pukul 11.00 WIB

RadioQu 89,6 FM Purbalingga mengklasifikasikan pendengar berdasarkan usia, jenis kelamin, jenis Pendidikan dan jenis pekerjaan. Khalayak sasaran terbanyaknya adalah masyarakat Purbalingga, rentang usia 25 tahun sampai 40 tahun, dengan pekerjaan wiraswasta.

## 2. Visi dan Misi RadioQu 89,6 FM Purbalingga

Sebagai radio dakwah harus mempunyai visi dan misi yang jelas sebagai pondasi yang kuat agar mencapai tujuannya. RadioQu memiliki visi dan misi yang jelas. Adapun visi misi RadioQu sebagai berikut:<sup>75</sup>

### a. Visi RadioQu 89,6 FM Purbalingga

Terwujudnya radio dakwah swasta lokal di kabupaten Purbalingga yang demokratis, adil dan berakhlakul karimah.

### b. Misi RadioQu 89,6 FM Purbalingga

- 1) Menyelenggarakan media untuk menumbuhkembangkan bakat dan kreatifitas masyarakat Purbalingga.
- 2) Menyelenggarakan media untuk menstimuli dan memotivasi masyarakat Purbalingga dalam rangka memelihara dan melestarikan seni tradisional.
- 3) Menyelenggarakan media inovasi, informasi, edukasi, dan hiburan yang menyejukan bagi masyarakat Purbalingga.
- 4) Menyelenggarakan media yang memberikan suasana tenang dan damai sekaligus untuk menambah kekayaan rohani dalam rangka meningkatkan kualitas hidup masyarakat Purbalingga.

## 3. Sejarah RadioQu Purbalingga

RadioQu Purbalingga bermula dari para pendiri yang peduli terhadap masyarakat Purbalingga dengan ideologi Islam Ahlusunnah Wal Jama'ah. Berdirinya RadioQu 89,6 FM Purbalingga bertujuan untuk tetap menjaga dan memelihara masyarakat ideologi ahlusunnah wal jama'ah agar tidak pindah ideologi. Berangkat dari hal tersebut hadirnya RadioQu Purbalingga diharapkan terciptanya komunitas pendengar loyal, produktif

<sup>75</sup> Dokumentasi RadioQu 89,6 FM Purbalingga pada 14 Juni 2023 pukul 10.00 WIB.

untuk terus memperbaiki diri menjadi umat terbaik yang dicintai oleh Allah SWT.

RadioQu 89,6 FM Purbalingga dipanggil RadioQu Purbalingga adalah salah satu cikal bakal dari Lembaga pengembangan dakwah (LPD) Al Bahjah Cirebon melalui media radio di Purbalingga. Di tahun 2014 Budi Prasetyo, S. E., Farkhan Widodo, ST, MM., serta dr. Agus Puji Meiarso, sp, OG., bekerja sama mendirikan radio komunitas RadioQu Purbalingga dengan frekuensi 107,5 FM. Kemudian di tahun 2016 RadioQu Purbalingga ditutup karena permasalahan perizinan. Perizinan untuk stasiun RadioQu Purbalingga menjadi proses yang sulit dan mahal. Hal ini disebabkan oleh regulasi pemerintah, kebijakan industri dan persyaratan teknis yang harus dipenuhi. Kemudian di tahun 2017 perizinan di proses dan diperbarui menggunakan izin radio komersial dibawah naungan PT. Media Silaturahmi Purbalingga dan RadioQu Purbalingga resmi berdiri di tahun 2018.

RadioQu Purbalingga adalah media penyiaran publik yang berdiri sendiri secara independent dan mempunyai badan hukum yang sah. Namun sebagai radio dakwah, program siaran, konten dan materi dakwah RadioQu Purbalingga merujuk pada LPD Al Bahjah asuhan Buya Yahya yang berideologi ahlusunnah wal jama'ah wamaturidhiyyah.<sup>76</sup>

RadioQu Purbalingga sebagai sebuah stasiun radio legal sudah mendapat izin pendirian, izin siaran radio dan izin penyiaran publik dari Kementerian Komunikasi dan Informasi RI pada tahun 2018 dan untuk memperkuat data pendirian stasiun radio, penulis lampirkan bukti izin stasiun RadioQu Purbalingga.

#### 4. Struktur Organisasi RadioQu 89,6 FM Purbalingga

Struktur organisasi sebagai pengelola radio bertujuan agar radio dapat berjalan dengan efektif dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Adapun struktur organisasi RadioQu Purbalingga adalah seperti sebagai

---

<sup>76</sup> Dokumentasi RadioQu 89,6 FM Purbalingga pada 12 Juni 2023 pukul 10.00 WIB.

berikut:

Tabel 4.2 Struktur Organisasi RadioQu Purbalingga  
(Sumber: Dokumen RadioQu Purbalingga)

Komisaris	Yahya Zainul Ma'arif
Direktur Utama	Hery Muharam Tri Putro
Direktur	Budi Prasetyo S. E
Kepala Bidang Teknik	Ruslani
Kepala Bidang Usaha	Herry Muharam Tri Putro
Kepala Bidang Keuangan	Budi Prasetyo S. E
Kepala Bidang Pemberitaan	Dr. Agus Puji Mei Roso, SP. OG
Kepala Bidang Siaran	Farkhan Widodo, ST. MM
Crew dan Penyiar	Ibnu Ansori
	Khoerul Irfan Prasetyo
	Erik Sutrisno
	Bambang Setyono

Struktur organisasi RadioQu Purbalingga diatas memiliki pembagian-pembagian tugas sebagai berikut:<sup>77</sup>

- a. Komisaris
  - 1) Bertanggung jawab mengawasi kegiatan dan operasional penyiaran.
  - 2) Memberi nasihat kepada dewan direksi.
- b. Direktur
  - 1) Bertanggung jawab merumuskan dan menetapkan kebijakan perusahaan atau organisasi.
- c. Bidang Teknik
  - 1) Bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengontrol peralatan teknis kegiatan penyiaran seperti alat siaran, dan pemancar.
  - 2) Melaksanakan pengecekan kondisi peralatan radio.

<sup>77</sup> Dokumentasi RadioQu Purbalingga Pada 14 Juni 2023, pukul 10.00 WIB.

- 3) Menginventaris peralatan radio dan membuat laporan tentang kerusakan peralatan yang ada.
  - 4) Melaksanakan tugas lainnya sesuai perintah atasan.
- d. Bidang Usaha
- 1) Bertanggung jawab dalam kegiatan pengelolaan usaha organisasi seperti melakukan pemasaran.
  - 2) Membuat perencanaan target klien: Pemasaran membuat rencana untuk menargetkan klien yang akan ditawarkan iklan. Hal ini melibatkan penentuan segmentasi pasar yang sesuai dan strategi pemasaran yang efektif.
  - 3) Berkomunikasi dengan klien: Pemasaran berinteraksi dengan klien untuk membahas penentuan harga iklan, menyesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran klien.
  - 4) Penagihan iklan kepada klien: Pemasaran bertanggung jawab dalam membuat dan melaksanakan proses penagihan iklan kepada klien, memastikan pembayaran dilakukan sesuai dengan kesepakatan.
  - 5) Promosi dan penjualan produk radio: Pemasaran bertugas dalam mempromosikan dan menjual produk radio dalam bentuk iklan seperti spot iklan yang disiapkan, adlibs (improvisasi iklan), dan insert iklan.
  - 6) Menyusun dan memeriksa data iklan: Pemasaran bertanggung jawab dalam menyusun dan memeriksa data iklan, terutama data siaran iklan yang melibatkan jadwal tayang iklan dan informasi terkait.
- e. Bidang Keuangan
- 1) Bertanggung jawab mencatat, menyimpan, dan mengontrol arus keuangan yang ada di organisasi.
- f. Bidang Pemberitaan
- 1) Bertanggung jawab mengawasi redaksi pemberitaan di organisasi.

- 2) Bertanggung jawab menentukan layak tidaknya suatu berita di siarkan.
  - g. Bidang siaran
    - 1) Bertanggung jawab mengawasi pelaksanaan siaran.
  - h. Penyiar
    - 1) Menyiapkan materi siaran.
    - 2) Melaksanakan tugas siaran sesuai jadwal yang sudah ditentukan.
    - 3) Membuat insert.
    - 4) Melaksanakan rekaman berita daerah.
    - 5) Membantu pembuatan iklan (voice atau pengisi suara).
    - 6) Memandu wawancara bersama narasumber talkshow.
    - 7) Melaksanakan reportase sesuai arahan programmer.
    - 8) Melaksanakan tugas lainnya sesuai perintah atasan.
5. Program RadioQu 89,6 FM Purbalingga

Program RadioQu 89,6 FM Purbalingga terbagi menjadi dua macam yaitu:<sup>78</sup>

Tabel 4.3 Jenis Program RadioQu Purbalingga  
(Sumber: Dokumen RadioQu Purbalingga)

Dakwah	60%
Kesehatan	5%
Keluarga	5%
kirin salam dan Reques	5%
Hiburan dan Musik	5%
Iklan	5%
Dialog interaktif	5%
Penunjang atau off air	10%
Jumlah	100%

- a. Program On Air
  - 1) Program dakwah

<sup>78</sup> Dokumentasi RadioQu Purbalingga Pada 14 Juni 2023, pukul 10.00 WIB.

Program dakwah adalah jenis program yang paling banyak disiarkan di RadioQu Pubalingga, karena RadioQu memiliki fokus sebagai radio dakwah. Dalam hal ini, program-program dakwah yang disiarkan di RadioQu Pubalingga mengikuti acuan dari program dakwah LPD Al Bahjah Cirebon serta program relay dari RadioQu Cirebon

Beberapa contoh program dakwah yang disiarkan di RadioQu Pubalingga antara lain: Buya Yahya Menjawab: Program yang menampilkan tanya jawab dengan Buya Yahya sebagai narasumber; Belajar Bareng Buya dan Umi: Program belajar bersama yang dipandu oleh Buya Yahya dan Umi; Kajian-Kajian Kitab: Program yang membahas kajian-kajian dari kitab seperti Riyadus Sholihin, Al Hikam, Tafsir Al Quran, Kajian Fiqih Syirah, Mutiara Hikah Buya, dan lain sebagainya; Nasihat Untuk Santri: Program yang memberikan nasihat dan motivasi kepada para santri; Tahsin On Air: Program yang membahas dan mempraktikkan teknik-teknik tahsin (pengucapan) Al Quran; Murotal Al Quran: Program yang menampilkan lantunan Al Quran; Insert: Program yang menyajikan segmen khusus dalam rangka mendukung dan memperkaya program-program dakwah lainnya.

Selain itu RadioQu Purbalingga juga mempunyai program live dengan para tokoh agama yang menyebarkan agama Islam dengan ideologi yang sama Seperti Habib Novel Alaydrus, Habib Ali Zainal Abidin Dan Ustad Abdul Somad. Program acara tersebut bersumber dari tausiah beliau yang ada di Youtube yang sebelumnya sudah meminta izin terlebih dahulu.

Kemudian ada beberapa program dakwah lainnya yang juga disiarkan secara live baik dari majlis ta'lim, para tokoh agama sekitar Pubalingga ataupun dengan mendatangkan narasumber lokal langsung ke studio RadioQu seperti; program

Pesantren HatiQu dengan pembicara K.H Masruhin Abdul Majid (ketua LDNU DKI Jakarta) dan K.H. Raghrib Abdur Rahman (ketua MUI Purbalingga), Habib Zen Al Athaos yang mengkaji kitab safinatunnajah dan sirah nabawiyah, majlis ta'lim Riyadus Sholihin Bukateja yang dipimpin oleh Habib Ali Al Quthban dengan mengkaji kitab tafsir Al Ibriz, dan Pembacaan Maulid Simtuduror.

2) Kesehatan

Sebuah program siaran kesehatan bernama SehatQu mengadakan acara yang melibatkan narasumber lokal bernama Dr. Agus Puji Mei Arso, Sp; OG.

3) Keluarga

Program siaran acara keluarga di RadioQu Purbalingga terdiri dari dua acara, yaitu Keluarga Sakinah Mawadah Warahmah (SAMAWA) dan Dunia Muslimah.

4) Kirim salam dan Reques

Terangkum dalam program siaran Bursa Barang Berkualitas dan Silaturahmi (Brangkas), dalam program ini memungkinkan pendengar untuk mengirim salam, meminta solawat atau musik religi, serta meminta barang atau jasa.

5) Hiburan dan Musik

Program hiburan dan musik yang disiarkan RadioQu adalah musik-musik Islami seperti Hadroh, Nasyid, Qasidah, dan music timur tengah. Tidak ada music dangdut, pop atau genre music lainnya. hanya ada music Islami yang diputar di RadioQu Purbalingga.

6) Iklan

Karena RadioQu adalah radio komersial maka ada pemutaran iklan barang dan jasa. Iklan mendapat jatah siar namun tidak terlalu banyak yang diputar di RadioQu Purbalingga.

## 7) Dialog interaktif

Dialog interaktif di dalam program siaran RadioQu hanya terdapat di beberapa program siaran seperti program Pesantren HatiQu dan SehatQu.

## 8) Acara penunjang lainnya

Program acara penunjang lainnya yaitu program untuk silaturahmi khusus dengan pendengar RadioQu secara off air. Adapun program penunjang lainnya seperti program Sapa Pendengar, Halal Bihalal, WarungQu dan Pengajian Rutin.

Adapun format program siaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga dapat dilihat pada tabel sebagai berikut: <sup>79</sup>

Tabel 4.3 Jadwal Progam Siaran  
(Sumber: Dokumen RadioQu Purbalingga)

Program Siaran RadioQu Purbalingga 2023							
Waktu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
05.00-05.30	Lagu Indonesia Raya dan Paket On Air						
05.30-07.00	Buya dan Umi	Samawa	Sehat Qu	Dunia Muslimah	Ekonomi Syariah	Tafsir Al Quran	Kitab Riyadusolihin
07.00-08.00	Info Pagi	Info Pagi	Info Pagi	Info Pagi	Info Pagi		
08.30-10.00	Pesantren Hatiqu	Pesantren Hatiqu	Pesantren Hatiqu	Pesantren Hatiqu	Ayo Mengaji	BPR	
	Ketua MUI PBG Live	Live	Record	Record	Relay Batam		
10.00-11.30	Buya Yahya Menjawab	Buya Yahya Menjawab	Buya Yahya Menjawab	Buya Yahya Menjawab	Buya Yahya Menjawab	Buya Yahya Menjawab	Habib Novel Aydrus

<sup>79</sup> Dokumentasi RadioQu Purbalingga Pada 14 Juni 2023, pukul 10.00 WIB.

11.30-12.30	Paket Azan Dhuhur (Murotal, Azan, dan Wirid)						
12.30-13.30	Siaran Ulang Nasihat Untuk Santri	Siaran Ulang Nasihat Untuk Santri	Siaran Ulang Nasihat Untuk Santri	Siaran Ulang Nasihat Untuk Santri	Siaran Ulang Nasihat Untuk Santri	Habib Ali Zainal Abidin	Ust. Abdul Somad
13.30-15.00	Brangkas dan Silaturahmi	Brangkas dan Silaturahmi	Sehatqu	Brangkas dan Silaturahmi	Brangkas dan Silaturahmi	Ust. Abdul Somad	Habib Ali Zainal Abidin
15.00-16.00	Paket Azan Ashar (Murotal, Azan, Wirid)						
16.00-17.30	Tafsir Al Quran	Pesantren Hatiqu	Pesantren Hatiqu	Inspirasiqum	Tahsin On Air	Tafsir Al Quran	Pesantren Hatiqu
	Record	Live	Record	Relay Cirebon	Relay Cirebon	Record	KH. Masruhin Live
17.30-18.30	Paket Azan Mahrib (Murotal Terjemah, Adzan Wiridul Faith, Ratibul Hadad, Murotal)						
19.15-20.00	Paket Azan Isya (Muratal, Azan)						
20.00-21.30	Kitab Al Hikam	Habib Ali Bin Umar Al Qutbhan	Habib Zen Bin Al Athos	Mutiara Hikmah Buya	Nasihat Untuk Santri	Kitab Al Hikam	Habib Novel Alaydrus
	Live LPD Al Bahjah	Record	Live	Live LPD Al Bahjah	Live LPD Al Bahjah	Record	Record
21.30-22.30	Insert, Lagu, Jingle						
22.30-23.00	Murotal Al Quran, Paket Off Air, Lagu Rayuan Pulau Kelapa						

Adapun penjelasan dari tabel diatas adalah sebagai berikut:<sup>80</sup>

<sup>80</sup> Dokumentasi RadioQu Purbalingga Pada 14 Juni 2023, pukul 10.00 WIB.

- Pukul 05.00 – 05.30: Lagu Indonesia Raya dan Paket On Air. RadioQu Purbalingga mengudara pagi dan mulai menyapa pendengar pada pukul 05.00 pagi dengan menyajikan lagu Indonesia Raya. Hari siar: Senin-Minggu (setiap hari) Waktu siar: 05.00 - 05.30 WIB Durasi: 30 menit Sistem : Salam dan sapa pendengar.
- Pukul 05.30 – 07.00: Belajar Bareng Buya dan Umi 55 Program siaran Belajar Bareng Buya dan Umi merupakan program siaran live dari LPD Al-Bahjah Cirebon yang berisi tanya jawab permasalahan seputar agama dan kehidupan. Hari siar: Senin Waktu siar : 05.30 - 07.00 WIB Durasi: 90 menit Sistem: Tanya jawab melalui telepon, SMS, dan online jejaring sosial.
- Pukul 05.30 – 07.00: SAMAWA Program siaran dari RadioQu Cirebon yang membahas seputar persoalan keluarga dengan pengisi acara yaitu Ummi Fairuz (istri Buya Yahya). Hari siar: Selasa Waktu siar: 05.30 - 07.00 WIB Durasi: 90 menit Materi : Keluarga yang sakinah mawaddah waromah Sistem : tanya jawab melalui telepon, SMS, dan online jejaring sosial.
- Pukul 05.30 – 07.00: SehatQu Belajar dan konsultasi tentang kesehatan bersama dokter spesialis dari Rumah Sakit Islam dan Anak (RSIA) Ummu Hani seperti Dokter Agus dan Dokter Gea. Hari siar : Rabu Waktu siar : 05.30 - 07.00 WIB Durasi : 90 menit Materi : seputar kesehatan Sistem : tanya jawab melalui telpon, SMS, dan Online Jejaring Sosial.
- Pukul 05.30 – 07.00: Dunia Muslimah Program siaran live dari RadioQu Cirebon yang mengangkat tema seputar dunia muslimah dan perannya dalam masyarakat yang dikaji dari 56 sudut pandang syaria“ah seperti kisah tokoh-tokoh perempuan Islam, kiat-kiat persiapan perempuan Islam sebelum menikah, dan sebagainya yang diisi oleh Umi Fairuz. Hari siar: Kamis Waktu siar: 05.00 – 07.00 WIB Durasi : 90 menit Materi : kisah tokoh-tokoh perempuan Islam Sistem : tanya jawab melalui telepon, SMS, dan online jejaring sosial.
- Pukul 05.30 – 07.00 WIB: Ekonomi Syariah Program kajian bersama Buya Yahya yang disiarkan secara live dari LPD Al-Bahjah Cirebon. Program ini

membahas hukum Halal dan Haram yang menjadi problematika umat tentang permasalahan ekonomi syariah seperti jual beli, muamalah, zakat, utang-piutang dan lainnya. Program siaran ini merupakan program live dari RadioQu Cirebon. Hari siar: Jum'at Waktu siar: 06.00 – 07.00 WIB Durasi : 90 menit Materi : permasalahan ekonomi syariah Sistem : tanya jawab - Telepon, SMS, dan Online Jejaring Sosial.

- Pukul 05.30 – 08.00 : Tafsir Al-Qur'an Program ini merupakan program siaran live bersama Buya Yahya dari LPD Al-Bahjah Cirebon yang membahas tentang kajian tafsir Al-Qur'an. Hari siar : Sabtu Waktu siar : 05.30 – 08.00 WIB Durasi : 150 menit Materi : kajian tafsir Al-Qur'an
- Pukul 05.30 – 08.00 WIB: Kajian Kitab Hadits Riyadhus Sholihin Program siaran ini merupakan salah satu program siaran live dari Majelis Buya Yahya yang mengkaji kitab Riyadush Sholihin. Hari siar : Minggu 57 Waktu siar : 05.30 – 08.00 WIB Durasi : 150 menit Materi : kajian kitab Riyadushsholihin.
- Pukul 08.30 – 10.00: Pesantren HatiQu (Live Ketua MUI Purbalingga) Pesantren HatiQu yang terjadwal pada hari Senin pagi merupakan program siaran yang berisi kajian kitab Riyadushsholihin dengan pembicara K.H. Roghib Abdurahman (Ketua MUI Purbalingga). Hari siar : Senin Waktu siar : 08.30 - 10.00 WIB Durasi : 90 menit Sistem : tanya jawab melalui telpon, SMS, dan online jejaring sosial.
- Pukul 08.30 – 10.00: Pesantren HatiQu (Record) Sedikit berbeda dari program pesantren HatiQu yang siar pada hari Senin pukul 08.30 - 10.00, pada program pesantren hatiQu yang siar pada hari Selasa sampai Kamis merupakan siaran ulang (record) namun pembicara pada program siaran tersebut masih sama, yaitu sama yaitu K.H. Roghib Abdurrahman (Ketua MUI Purbalingga). Hari siar : Selasa - Kamis Waktu siar : 08.30 - 10.00 WIB Durasi: 90 menit.
- Pukul 08.30 – 10.00: Ayo Mengaji Program Ayo Mengaji merupakan program siaran relay dari RadioQu Batam. Hari siar : Jum'at Waktu siar: 08.30 - 10.00 WIB Durasi : 90 menit.

- Pukul 08.30 – 10.00: BPR (Barisan Pecinta Rosul) Program siaran tentang menyajikan kisah-kisah sahabat, para salafus Sholih, Walisongo dan lainnya. 58 Hari siar: Sabtu & Minggu. Waktu siar: 08.30 – 10.00 WIB Durasi: 90 menit.
- Pukul 10.00 – 11.30: BYM (Buya Yahya Menjawab) Buya Yahya Menjawab merupakan program acara yang berisi tanya jawab tentang problematika umat. Terdiri dari 3 sesi yaitu; penjabaran materi, penekanan materi, dan tanya jawab. Hari siar : Senin - Jum'at Waktu siar: 10.00 – 11.30 WIB. Durasi: 90 menit. Materi: Seputar problematika kehidupan sehari-hari.
- Pukul 10.0 – 11.30: Habib Novel Alaydrus Program ini merupakan record dari live Youtube majelis Habib Novel Alaydrus. Hari siar: Sabtu & Minggu. Waktu siar: 10.00 - 11.30 WIB. Durasi: 90 menit.
- Pukul 11.30 – 12.30: Paket Adzan Dhuhur Paket adzan dhuhur meliputi murottal Al-Qur'an, Adzan, dan Wirid. Hari siar: setiap hari (Senin-Minggu). Waktu siar: 11.30 - 12.30 WIB Durasi: 60 menit.
- Pukul 12.30 – 13.30: Nasihat Untuk Santri (Relay) Nasihat untuk santri merupakan program siaran ulang dari LPD AlBahjah yang disampaikan oleh Buya Yahya yang berisi nasihat-nasihat untuk santri. Hari siar: Senin – Jum'at. Waktu siar: 12.30 - 13.30 WIB. Durasi: 60 menit. Materi: nasihat-nasihat untuk santri.
- Pukul 12.30 – 13.30: Habib Ali Zainal Abidin 59 Program ini merupakan record tausyiah Habib Ali Zainal Abidin yang diambil dari akun Youtube-nya. Hari siar: Sabtu Waktu siar : 12.30 - 13.30 WIB Durasi : 60 menit.
- Pukul 12.30 – 13.30: Ustad Abdul Somad Program ini merupakan record tausyiah dari Youtube Ustad Abdul Somad. Hari siar: Minggu. Waktu siar: 12.30 - 13.30 WIB. Durasi: 60 menit.
- Pukul 13.30 – 15.00: BRANGKAS & Silaturahmi Selain di bulan Ramadhan, RadioQu Purbalingga mengudara pagi dan mulai menyapa pendengar pada pukul 05.00 pagi dengan menyajikan lagu Indonesia Raya.

- Hari siar : Senin, Selasa, Kamis, dan Jum'at Waktu siar : 13.30 - 15.00 WIB  
Durasi : 90 menit Sistem : Salam dan sapa pendengar.
- Pukul 13.30 – 15.00: SehatQu Belajar dan konsultasi tentang kesehatan bersama dokter spesialis dari RSIA Ummu Hani Purbalingga seperti Dokter Agus dan Dokter Gea. Hari siar : Rabu Waktu Siar : 13.30 – 15.00 WIB  
Durasi : 90 menit Sistem : Salam dan sapa pendengar.
  - Pukul 13.30 – 15.00: Ustad Abdul Somad Program ini merupakan record dari Youtube tausyiah Ustad Abdul Somad. Hari siar : Sabtu Waktu siar : 12.30 – 15.00 WIB 60 Durasi : 90 menit.
  - Pukul 13.30 – 15.30: Habib Ali Zainal Abidin Program ini merupakan record dari Youtube tausyiah Habib Ali Zainal Abidin. . Hari siar : Minggu Waktu siar : 13.30 - 15.30 WIB Durasi : 90 menit.
  - Pukul 15.00 – 16.00: Paket Adzan Ashar Paket adazan Ashar meliputi murottal Al-Qur'an, adzan, dan wirid. Hari siar : Senin-Minggu (setiap hari) Waktu siar : 15.00 – 16.00 WIB Durasi : 60 menit.
  - Pukul 16.00 – 17.30: Tafsir Al-Qur'an Selain di bulan Ramadhan, RadioQu Purbalingga mengudara pagi dan mulai menyapa pendengar pada pukul 05.00 pagi dengan menyajikan lagu Indonesia Raya. Hari siar: Senin-Minggu (setiap hari). Waktu siar: 16.00 – 17.30 WIB. Durasi: 90 menit.
  - Pukul 16.00 – 17.30: Pesantren HatiQu Pesantren HatiQu merupakan program siaran yang membahas kajian tematik fiqh kontemporer dengan pembicara K.H. Masrukhin Abdul Majid. Hari siar: Selasa & Rabu. Waktu siar: 16.00 – 17.30 WIB. Durasi: 90 menit.
  - Pukul 16.00 – 17.30: InspirasiQu Program siaran InspirasiQu merupakan program yang berisi kiat-kiat mencapai kehidupan bahagia dan kata-kata motivasi yang dapat membangkitkan semangat pendengar baik dalam bekerja maupun beribadah. Hari siar: Kamis. Waktu siar: 16.00 - 17.30 WIB. Durasi: 90 menit Sistem: Salam dan sapa pendengar.
  - Pukul 16.00 – 17.30: Tahsin On Air Tahsin On Air merupakan program siaran live relay dari RadioQu Cirebon yang membahas tentang bimbingan

belajar Al-Qur'an via on air radio. Hari siar: Jum'at Waktu siar: 16.00 - 17.30 WIB Durasi : 90 menit.

Pukul 16.00 – 17.30: Tafsir Al-Qur'an (Record) Program siaran Tafsir merupakan program siaran live dari majelis Buya Yahya yang membahas tentang kajian tafsir Al-Qur'an. Hari siar : Sabtu Waktu siar : 16.00 - 17.30 WIB Durasi : 90 menit Sistem : Salam dan sapa pendengar.

- Pukul 16.00 – 17.30: Pesantren HatiQu (K.H. Masruhin Abdul Majid) Program ini merupakan program siaran ulang yang berisi kajian fiqh kontemporer. Hari siar: Minggu Waktu siar: 16.00 - 17.30 WIB Durasi: 90 menit.
- Pukul 17.30 – 18.30: Paket Adzan Maghrib Paket adzan Maghrib meliputi murottal Al-Qur'an dan terjemahan, adzan, Wirdul Fatih, Rotib Alhadad. Hari siar : Senin-Minggu (setiap hari) Waktu siar : 17.30 – 18.30 WIB Durasi : 60 menit
- Pukul 19.15 – 20.00 : Paket Adzan Isya Paket adzan Isya meliputi murottal Al-Qur'an dan adzan. 62 Hari siar : Senin-Minggu (setiap hari) Waktu siar : 19.15 – 20.00 WIB Durasi : 45 menit
- Pukul 20.00 – 21.30: Kitab Al-Hikam (Live LPD Al-Bahjah) Program ini merupakan kajian kitab tasawuf live oleh Buya Yahya dari LPD Al-Bahjah. Hari siar: Senin-Minggu (setiap hari). Waktu siar: 20.00 - 21.30 WIB. Durasi: 90 menit.
- Pukul 20.00 – 21.30: Habib Ali Bin Umar Al-Quthban (Record) Program ini merupakan program siaran record di majelis Riyadussholihin Bukateja yang dipimpin oleh Habib Ali Al-Quthban dengan mengkaji kitab Tafsir Al-Ibriz. Hari siar: Senin-Minggu (setiap hari). Waktu siar: 20.00 - 21.30 WIB. Durasi: 90 menit.
- Pukul 20.00 – 21.30: Habib Zen Bin Umar Al-Attas (Record) Program ini merupakan program siaran live dari Majelis Ta'lim AlFateh Purbalingga bersama Habib Zen bin Umar Al-Attas yang membahas tentang kitab Safinatunnajah dan Siroh Nabawiyah. Hari siar: Rabu. Waktu siar: 20.00 - 21.30 WIB. Durasi: 90 menit.

- Pukul 20.00 – 21.30: Mutiara Hikmah Buya Mutiara Hikmah Buya merupakan program siaran live tausyiah Buya Yahya di LPD Al-Bahjah Cirebon tentang hikmah-hikmah kehidupan. Hari siar: Senin-Minggu (setiap hari). Waktu siar: 20.00 - 21.30 WIB. Durasi: 90 menit
- Pukul 20.00 – 21.30: Nasihat Untuk Santri Selain di bulan Ramadhan, RadioQu Purbalingga mengudara pagi dan 63 mulai menyapa pendengar pada pukul 05.00 pagi dengan menyajikan lagu Indonesia Raya. Hari siar: Senin-Minggu (setiap hari). Waktu siar: 05.00 - 05.30 WIB. Durasi: 30 menit.
- Pukul 20.00 – 21.30: Kitab Al-Hikam (Record) Program kajian kitab Al-Hikam merupakan program record dari Youtube Al-Bahjah tentang kajian kitab tasawuf yang disampaikan oleh Buya Yahya. Hari siar: Senin-Minggu (setiap hari) Waktu siar: 05.00 - 05.30 WIB Durasi: 30 menit.
- Pukul 20.00 – 21.30: Habib Novel Alaydrus (Record) Program ini merupakan record dari Youtube Habib Novel Alaydrus tentang kajian kitab tasawuf yang disampaikan oleh Buya Yahya. Hari siar: Senin-Minggu (setiap hari). Waktu siar: 05.00 - 05.30 WIB Durasi: 30 menit.
- Pukul 21.30 – 22.00: Insert. Insert merupakan potongan ceramah, atau potongan hadits tentang suatu masalah seperti tentang fiqh dan lainnya. Dalam sesi ini, penyiar mengudarakan jingle RadioQu Purbalingga, memutar lagu-lagu nasyid, dan mempromosikan iklan. Hari siar: Senin-Minggu (setiap hari). Waktu siar: 21.30 – 22.00 WIB. Durasi: 30 menit  
Sistem: Salam dan sapa pendengar.
- Pukul 22.00 – 23.00: Closing RadioQu terakhir beroperasi pada jam 23.00 WIB yang ditutup dengan murottal Al-Qur'an, do'a tidur, tune off air dan lagu rayuan pulau kelapa. Hari siar: Senin-Minggu (setiap hari). Waktu siar: 22.00 – 23.00 WIB. Durasi: 60 menit.

b. Progam Penunjang Progam On Air RadioQu 89,6 FM<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup> Wawancara dengan Khoerul Irfan Prasetyo Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga (12 Juni 2023, pukul 10.15 WIB).

- 1) Halal Bihalal yakni kegiatan yang dilakukan satu tahun sekali setelah bulan Ramadhan. Kegiatan ini bertujuan untuk mempererat ikatan ukhwh Islamiyah pendengar RadioQu 89,6 FM Purbalingga sekaligus untuk mengetahui jumlah pendengar aktif RadioQu Purbalingga.
- 2) Kajian Rutin yakni pengajian majlis Al Bahjah di Masjid Agung Purbalingga. Kegiatan ini dilangsungkan satu bulan sekali pada tanggal 20 tiap bulannya. Kegiatan ini bertujuan untuk menambah ilmu tentang keagamaan, memperkuat ukhuwah Islamiyah dan sekaligus memperkenalkan RadioQu 89,6 FM.
- 3) Sapa Pendengar yakni kegiatan mendatangi pendengar aktif. Dimana pihak radio bersilaturahmi kerumah-rumah pendengar. Kegiatan ini bertujuan untuk menjalin silaturahmi dengan pendengar, memberikan akses bagi pendengar untuk mengirim salam atau sapa maupun bertanya dan membranding RadioQu di hati pendengar.
- 4) WarungQu yakni kegiatan memasang stand berjualan RadioQu 89,6 FM Purbalingga di acara pengajian. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan RadioQu dengan menjual aneka aksesoris dakwah di acara pengajian seperti baju koko, peci, poster Buya Yahya, parfum dan banyak lagi.
- 5) Dakwah Bil Stiker yakni kegiatan sebar stiker kepada pendengar dan masyarakat Purbalingga. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan RadioQu 89,6 FM Purbalingga dan menarik masyarakat untuk mendengarkan RadioQu 89,6 FM Purbalingga. kegiatan ini sudah berhasil menyebarkan 1 juta stiker kepada masyarakat Purbalingga.
- 6) Dakwah Bil Medsos yakni kegiatan pengelolaan media sosial sebagai saran penunjang dakwah RadioQu 89,6 FM Purbalingga. Kegiatan ini dilakukan di media sosial Intstagram, Facebook, Whatsapp dan YouTube RadioQu Purbalingga.

7) Pustaka RadioQu (Pojok Baca RadioQu Purbalingga) yakni sebuah tempat membaca buku, terdapat banyak buku bacaan untuk pendengar yang berkunjung di RadioQu 89,6 FM Purbalingga.

#### 6. Sumber Dana RadioQu 89,6 FM

Sumber dana adalah dana yang terhimpun di RadioQu Purbalingga yang nantinya digunakan untuk menjalankan fungsinya. Adapun sumber dana RadioQu Purbalingga bersumber dari pemegang saham, jariah atau infaq, dan iklan. Sesuai dengan pernyataan Budi Prasetyo selaku direktur RadioQu Purbalingga.

*“Modal RadioQu Purbalingga ada dari iklan, donasi dan pemegang saham. Biaya dari pemegang saham ini itu dipakai untuk perizinan. Sementara iklan digunakan untuk anggaran operasional lainnya, lalu untuk anggaran dari donasi ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana yang belum tersedia di RadioQu Purbalingga.”*<sup>82</sup>

##### a. Pemegang Saham.

Adapun pemegang saham adalah orang-orang yang terlibat dalam kepemilikan RadioQu 89,6 FM Purbalingga. Pemegang saham berfungsi memberikan pendanaan modal pendirian stasiun dan kebutuhan dasar RadioQu Purbalingga. nama-nama pemegang saham di RadioQu Purbalingga adalah Yahya Zainul Muarif, Hery Muharam Tri Putro, Budi Prasetyo, Farkhan Widodo, dan Muhammad Rifki Fauzi.<sup>83</sup>

##### b. Donatur

RadioQu 89,6 FM Purbalingga membuka donasi kepada masyarakat pendengar maupun ke masyarakat yang ingin menjadi bagian dari dakwah RadioQu Purbalingga. Donasi tersebut digunakan untuk melengkapi kebutuhan sarana prasarana dakwah

---

<sup>82</sup>Wawancara dengan Budi Prasetyo, Direktur RadioQu 89,6 FM Purbalingga (13 Juni 2023, pukul 10.15 WIB).

<sup>83</sup> Dokumentasi RadioQu 89,6 FM Purbalingga pada 12 Juni 2023 pukul 10.00 WIB.

seperti untuk membeli lighting set, tripod, kamera mirrorles, dan soundcard di RadioQu 89,6 FM Purbalingga.

c. Iklan

Iklan merupakan salah satu sumber dana pada RadioQu 89,6 FM. Adapun iklan di RadioQu Purbalingga adalah sebagai berikut: <sup>84</sup>

Tabel 4.4 Jenis Iklan RadioQu Purbalingga  
(Sumber: Dokumen RadioQu Purbalingga)

Jenis Iklan	Durasi		Harga
Radio Spot	Regular Time	Per 60 detik	Rp. 15.000
	Prime Time	Per 60 detik	Rp. 20.000
Radio Adlibs	Prime Time	Per 60 detik	Rp. 23.000
Radio Talkshow	Prime Time	Per 60 detik	Rp. 2.000.000
Sponsor Program	Blocking	Per 60 detik	Rp. 1000.000
	Semi Blocking	Per 60 detik	Rp. 500.000
Time Signal	5 X Sehari	Per 60 detik	Rp. 120.000

Keterangan:

- 1) Radio Spot: Materi iklan yang direcord baik dari klien itu sendiri atau pihak RadioQu Purbalingga.
- 2) Radio Adlibs: Iklan yang dibacakan langsung oleh penyiar pada saat on air.
- 3) Radio Talkshow: Menghadirkan narasumber dari klien yang bersangkutan yang mengangkat isu tertentu, mengadakan sesi tanya jawab dengan pendengar serta penjelasan oleh narasumber.
- 4) Sponsor Program: Iklan yang diputarkan dalam program unggulan terbagi menjadi 2, yaitu blocking dan semi blocking. Perbedaan blocking dan semi blocking yaitu jika blocking tidak ada iklan lain di acara tersebut, sedangkan semi blocking hanya ada 50% spot iklannya di acara tersebut.

<sup>84</sup> Dokumentasi RadioQu Purbalingga Pada 14 Juni 2023, pukul 10.00 WIB.

Tabel 4.5 Jenis Paket Iklan  
(Sumber: Dokumen RadioQu Purbalingga)

Paket Iklan	Ketentuan	Durasi	Waktu	Harga
Micro	50x/bulan	60 detik	Reguler Time	Rp.600.000
			Prime Time	Rp.850.000
Murmer	80x/bulan	60 detik	Regular Time	Rp.1.000.000
Mix	90x/bulan	60 detik		Rp.1.500.000
Smal	100x/bulan	60 detik	Regular Time	Rp.1.500.000
			Prime Time	Rp.2.000.000
Midle	150x/bulan	60 detik	Regular Time	Rp.2.250.000
			Prime Time	Rp.3.000.000
Large	300x/bulan	60 detik	Regular Time	Rp.4.500.000
			Prime Time	Rp 6.000.000

RadioQu Purbalingga menawarkan paket iklan paling murah yakni Paket Micro. Paket micro berarti iklan ditayangkan 50 kali dalam satu bulan. Kemudian yang paling mahal paket large. Paket Large berarti iklan ditayangkan 300 kali dalam satu bulan.

Tabel 4.6 Waktu Iklan  
(Sumber: Dokumen RadioQu Purbalingga)

Regular time	Prime time
05.50-07.59 WIB	08.00-09.59 WIB
10.00-12.29 WIB	12.30-15.29 WIB
15.30-19.59 WIB	20.00-23.00 WIB

Prime time adalah waktu dimana pendengar banyak mendengarkan RadioQu 89.6 FM Purbalingga.

Adapun lembaga atau perusahaan yang beriklan di RadioQu Purbalingga pada tahun 2023 yaitu sebagai berikut: <sup>85</sup>

<sup>85</sup> Dokumentasi RadioQu Purbalingga Pada 13 Juni 2023 Pukul 12.30 WIB.

Tabel 4.7 Daftar Pemasang Iklan  
(Sumber: Dokumen RadioQu Purbalingga)

No	Nama Perusahaan	Produk
1	Rumah Sakit Umuhani	Kesehatan
2	Aqeqah Safana	Makanan
3	Sumber Wangi	Parfum
4	Sate Gulai Kambing Segumba	Makanan
5	Alim Busana	Pakaian
6	Toko Al Fath	Bangunan
7	Klinik NU	Kesehatan
8	Kambing Qurban	Makanan

#### 7. Sarana dan Prasarana RadioQu 89,6 FM

Di RadioQu 89,6 FM Purbalingga menyiapkan sarana dan prasarana guna memperlancar jalannya siaran sehingga dapat mencapai tujuan.<sup>86</sup>

##### a. Ruang Produksi

Pada ruang produksi RadioQu Purbalingga terdapat 1 buah Komputer, 2 Microphone, 2 Aerophone, 2 Speaker, 1 Meja, Dan 1 Kursi.

##### b. Ruang Siaran

Diruang siaran terdapat 1 buah Mixer audio, 1 buah Mixer video, 2 Microphone, 2 Aerophone, 1 Stabilizer, 1 meja siaran, 1 kursi siaran, 2 kursi siaran narasumber, 1 AC, Stabilizer, 2 komputer CPU, 1 jam dinding, 1 Wifi dan 3 Speaker.

##### c. Ruang Pemancar

Selanjutnya diruang pemancar terdapat 1 buah Exiter, Audio Processor Optimut, Power Pemancar, Antena Pemancar, dan Tower.

<sup>86</sup> Dokumentasi RadioQu Purbalingga Pada 14 Juni 2023, pukul 10.00 WIB.

## B. Analisis Strategi Pemasaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga

### 1. Strategi Pemasaran Ditinjau Dari Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran RadioQu Purbalingga dalam mempertahankan eksistensinya ditinjau dari elemen bauran pemasaran empat P yakni *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi), menjadi bagian penting dalam kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan.<sup>87</sup> Adapun elemen bauran pemasaran RadioQu Purbalingga sebagai berikut:

#### a. Produk (*Product*)

Produk RadioQu Purbalingga adalah suatu program yang ditawarkan kepada audien yang mencakup nama program dan kemasan program. Program radio yang ditawarkan kepada audien adalah program Siaran On Air. Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*“Produk RadioQu Purbalingga itu program siaran, disitu ada program siaran dakwah, kesehatan, keluarga, kirim salam dan request, hiburan dan musik, iklan, dialog interaktif, ada juga program-program penunjang atau program off airnya. Program off air itu sebagai pelengkap strategi pemasaran RadioQu Purbalingga. Karena menurut kita siaran on air kita sudah cukup, jadi kita melakukan inovasi di program off airnya. Makanya kita mengadakan program Halal Bihalal, WarungQu, Live di Kajian-Kajian yang sefrekuensi dengan RadioQu Purbalingga. Kita juga ada program Kajian Rutin Satu Bulan Sekali di Masjid Agung Purbalingga lalu Sapa Pendengar itu kita mendatangi rumah-rumah pendengar RadioQu Purbalingga, lalu ini kita juga menyediakan program Pojok Baca RadioQu Purbalingga buat pendengar yang bersilaturahmi di RadioQu Purbalingga. Lalu kita dulu juga punya program sebar satu juta stiker kepada masyarakat Purbalingga. Di tahun 2023 saat ini kita fokus juga di program pengelolaan media Youtube, Instagram dan Facebook”<sup>88</sup>*

Program siaran maupun program penunjang atau *off air* diproduksi atas kesepakatan direksi RadioQu Purbalingga. Program-program tersebut menjadi elemen terpenting bagi strategi pemasaran

<sup>87</sup> Kotler, h. 25.

<sup>88</sup> Wawancara dengan Khoerul Irfan Prasetyo, Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga (12 Juni 2023, pukul 10.15 WIB).

RadioQu Purbalingga dalam mempertahankan eksistensinya di era digital.

b. Harga (*Price*)

Harga adalah biaya program atau biaya yang disiapkan RadioQu Purbalingga untuk ditawarkan kepada khalayak sasaran RadioQu Purbalingga. Harga yang ditawarkan RadioQu Purbalingga adalah biaya untuk pemasangan iklan (tarif iklan). Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*“Untuk biaya di setiap program itu tidak ada. Paling biaya pemasangan iklan di RadioQu Purbalingga itu sudah ditentukan harga iklan dan jenis iklannya mau seperti apa itu sudah ada. Pihak pengiklan tinggal memilih mau iklan yang bagaimana. Untuk biaya produksi program RadioQu Purbalingga seperti untuk program yang live di kajian dan menjadi media partner kita tidak membudget berapa-berapa kita hanya bergantung pada kesepakatan direksi dengan pihak yang bekerja sama dengan RadioQu Purbalingga tersebut mau presentase biaya berapa untuk bisyaroh. Jadi sebelum acara berlangsung kita satu hari sebelum acara sudah mendatangi yang punya hajat bahwasanya RadioQu Purbalingga menawarkan berjasama dalam mendokumentasikan acara tersebut.”<sup>89</sup>*

c. Tempat (*Place*)

Tempat distribusi program dalam proses pengiriman program sampai diterima audien adalah melalui siaran on air dan program off air. Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*“Kita melalui siaran di frekuensi 89,6 FM, itu bisa di akses langsung di perangkat radio atau di handphone. Siaran 89,6 FM juga bisa didengarkan di website jejaring RadioQu Network di website Radioqu.com dan di aplikasi RadioQu Purbalingga namun dalam mengakses siaran radioQu Purbalingga di aplikasi maupun di website itu kita memerlukan koneksi internet. kita juga me media sosial, group Whatsapp sahabat RadioQu Purbalingga. Lalu di off air-nya ada di kajian rutin, sapa pendengar. Waktu kita lakukan pada prime time atau regular time. Itu kalau prime time, waktu dimana banyak audien mendengarkan RadioQu Purbalingga. Kemudian tempat untuk mendapatkan program-program off air*

<sup>89</sup> Khoerul Irfan Prasetyo, Wawancara.

*RadioQu Purbalingga seperti Kajian Rutin itu ada di masjid Agung Purbalingga, Sapa Pendengar ada di masing-masing rumah pendengar ini pendengar tinggal menghubungi RadioQu Purbalingga untuk nantinya kita datang kerumah pendengar. Didalam sapa pendengar kita menyediakan akses untuk pendengar yang ingin bertanya langsung dan berinfraq kepada RadioQu Purbalingga sesuai dengan keiklasannya. lalu untuk Halal Bihalal kemarin kita laksanakan di halaman RadioQu Purbalingga, dan untuk program WarungQu ini kita buka pada saat kita sedang live kajian di Purbalingga, disitu kita bantu siarkan secara langsung di Youtube RadioQu Purbalingga dan kajian yang kita siarkan tentu kita sudah bersepakat bekerja sama dalam mendokumentasikan acara tersebut. contohnya kemarin di acara Sholawatan bersama Az Zahir kemarin di polres Purbalingga, pengajian umum di Karangmoncol, Purbalingga, disitu itu kita buka program WarungQu sekalian.”<sup>90</sup>*

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah proses bagaimana memberi tahu audien akan adanya sebuah program. Pada RadioQu Purbalingga promosi dilakukan melalui program *on air* dan program *off air*. Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*“Promosinya melalui siaran dan program off air RadioQu Purbalingga. Melalui siaran itu kita promosikan di setiap program siaran. Jadi sebelum menutup acara di program siaran itu kita sampaikan kepada pendengar tentang apa yang ingin kita tawarkan. Seperti untuk acara selanjutnya disitu apa, atau ketika akan ada program off air RadioQu Purbalingga itu kita tawarkan di setiap program siaran juga. Seperti akan ada acara Halal Bihalal, Kajian Rutin seperti itu. kita juga promosikan media sosial seperti Youtube dan Intsagram RadioQu Purbalingga di program siaran. Selain dari siaran, melalui program off airnya kita promosikan produk RadioQu Purbalingga melalui group whatsapp sahabat RadioQu Purbalingga, media sosial Instagram, Facebook dan Youtube RadioQu Purbalingga. Di kajian Rutin itu kita promosikan agar masyarakat Purbalingga dapat mendengarkan RadioQu Purbalingga biasanya disampaikan di permulaan, pertengahan ataupun saat saat terakhir selama kajian berlangsung. Lalu ada promosi melalui sapa pendengar, itu kita sampaikan secara langsung agar pendengar RadioQu senantiasa menjadi bagian dakwah RadioQu Purbalingga. Lalu ada program WarungQu ini juga sebagai tempat Promosi kita kepada masyarakat*

<sup>90</sup> Khoerul Irfan Prasetyo, Wawancara.

*karena disitu kita memasang stand bertuliskan RadioQu Purbalingga, menyediakan baju koko, aksesoris dakwah lainnya dan perangkat radio untuk dibeli masyarakat. Bagaimanapun itu cara biar orang tau, dan itu satu cara juga agar RadioQu Purbalingga dapat mempertahankan eksistensinya di era digital. Selain itu tujuan dari promosi melalui on air ataupun off air adalah agar dakwah RadioQu Purbalingga meluas dan menjangkau audien sejauh dan sebanyak mungkin.”<sup>91</sup>*

## 2. Strategi Pemasaran Ditinjau Dari Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran merupakan hasil pengembangan elemen bauran pemasaran yakni promosi. Strategi komunikasi pemasaran RadioQu Purbalingga dalam mempertahankan eksistensinya di era digital ditinjau dari bauran komunikasi pemasaran, periklanan, hubungan masyarakat, penjualan langsung, dan direct marketing yaitu.

### a. Periklanan.

RadioQu tidak beriklan di tempat lain karena RadioQu Purbalingga tempat memasang iklan. Tetapi dalam beriklan RadioQu iklan melalui program *on air* dan *off air*. Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*“RadioQu Purbalingga tidak beriklan di tempat lain, tapi kita beriklan melalui program siaran dan program off air seperti di program warungku itu. Disitu kita pasang baner RadioQu Purbalingga. Ada juga melalui program 1 juta stiker kepada pendengar RadioQu Purbalingga.”<sup>92</sup>*

### b. Hubungan Masyarakat.

RadioQu Purbalingga mengadakan program seperti Halal Bihalal, dan Kajian Rutin. Program tersebut dapat sebagai tempat mempromosikan radio dan melindungi citra RadioQu Purbalingga. Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*“Mengadakan Halal Bihalal dengan seluruh pendengar dan tokoh-tokoh penunjang RadioQu Purbalingga, disitu kita mengundang pendengar dan tokoh-tokoh penunjang RadioQu*

<sup>91</sup> Khoerul Irfan Prasetyo, Wawancara.

<sup>92</sup> Khoerul Irfan Prasetyo, Wawancara.

*Purbalingga untuk mengikuti Program Halal Bihalal. Acara tersebut bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak masyarakat yang antusias dengan dakwah RadioQu Purbalingga.”<sup>93</sup>*

c. Penjualan Langsung.

Penjualan langsung merupakan interaksi tatap muka dengan calon pembeli dengan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan mendapat pesanan. Penjualan langsung RadioQu Purbalingga adalah melalui program sapa pendengar. Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*“Ada program Sapa Pendengar itu kita mendatangi rumah-rumah pendengar, bertemu dengan pendengar dengan maksud menyampaikan program RadioQu Purbalingga dan sekiranya ada pertanyaan dari pendengar nanti bisa langsung dijawab, namun sekiranya belum bisa dijawab langsung, nanti bisa dijawab melalui media sosial atau kita kirimkan link jawaban ke pendengar, bentuknya bisa melalui link video di Youtube, Instagram. Melalui Sapa Pendengar juga kita mengambil donasi dari pendengar yang mau menjadi bagian dakwah RadioQu Purbalingga.”<sup>94</sup>*

d. Direct Market

Direct market adalah penggunaan media internet sebagai sarana mempromosikan RadioQu Purbalingga. Adapun direct market yang digunakan RadioQu Purbalingga adalah melalui media sosial. Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*“Melalui media sosial. RadioQu Purbalingga menggunakan media sosial untuk memperluas jangkauan dan berinteraksi dengan pendengar. RadioQu Purbalingga menggunakan media Instagram, Facebook dan Whatsapp. Ini nantinya dapat menjangkau audiens lebih luas lagi tidak hanya sebatas wilayah Purbalingga, namun sampai keseluruhan penjuru dunia. Pendengar yang masuk di group pendengar RadioQu Purbalingga dapat berinteraksi langsung dengan Pihak RadioQu Purbalingga untuk mendapatkan maupun bertukar informasi. Melalui media sosial kita gunakan untuk mengajak khalayak agar berdonasi kepada RadioQu Purbalingga seikhlasnya.”<sup>95</sup>*

<sup>93</sup> Khoerul Irfan Prasetyo, Wawancara.

<sup>94</sup> Khoerul Irfan Prasetyo, Wawancara.

<sup>95</sup> Khoerul Irfan Prasetyo, Wawancara.

### 3. Tahap-Tahap Strategi Pemasaran

Tahapan-tahapan strategi pemasaran RadioQu Purbalingga juga melakukan seperti yang sudah dipaparkan pada bab dua. Adapun tahapan strategi pemasaran di RadioQu Purbalingga bertujuan untuk mencapai tujuan dan visi misi RadioQu Purbalingga. Berikut adalah tahapan-tahapan strategi pemasaran RadioQu Purbalingga:

#### a. Perumusan Strategi

Perumusan strategi pemasaran RadioQu Purbalingga terlebih dahulu mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan RadioQu 89,6 FM Purbalingga. Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*“Kita punya tujuan menyebarkan dakwah seluas-luasnya, dari situ kita merumuskan dulu keunggulan dan kelemahan RadioQu Purbalingga. Disitu kita analisis menggunakan analisis SWOT yang mana didapati bahwa RadioQu Purbalingga terletak di wilayah yang mayoritas masyarakat ahlu sunnah wal jamaah. Sementara kelemahannya sudah ada banyak stasiun radio yang masyhur dan persaingan yang ketat”. Namun hal tersebut tidak mematahkan kita untuk berinovasi dan mengambil peluang yang ada, karena kita sudah ada sdm, lokasi juga strategis, dan perangkat yang baik maka dapat menangkap pasar yang cukup baik.”<sup>96</sup>*

Perumusan strategi pemasaran RadioQu Purbalingga di era digital melalui media internet seperti melalui media sosial karena media sosial berbasis aplikasi teknologi dan informasi, dimana mudah diakses dengan kecepatan dan penyebaran yang semakin cepat. Media sosial juga dipahami sebagai media berbasis aplikasi internet yang bisa diakses online, media sosial dapat diakses oleh semua orang selama ada jaringan koneksi yang menghubungkan dengan internet. Sesuai dengan pernyataan Budi Prasetyo selaku Direktur RadioQu Purbalingga.

*“Menggunakan media internet, karena media ini begitu penting di zaman ini. Semua informasi bisa kita dapatkan di media berbasis internet. media ini juga sudah menjangkau semua kalangan terutama generasi milenia, sekarang siapa yang tidak punya handphone dan internet. Maka mau ga mau RadioQu Purbalingga harus mengikuti*

---

<sup>96</sup> Khoerul Irfan Prasetyo, Wawancara.

*media yang eksis sekarang untuk dapat mempertahankan eksistensinya.”<sup>97</sup>*

Media sosial yang digunakan RadioQu dalam mempertahankan eksistensinya adalah Instagram, Facebook dan Youtube. Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*“Strategi yang paling kita fokuskan di sekarang-sekarang adalah dengan media sosial. Itu karena pendengar radio kebanyakan sudah jarang yang mendengarkan radio di alat radionya, paling banyak orang mendengarkan radio ya di mobil dan hp, maka RadioQu 89,6 FM dalam mempertahankan eksistensinya di era digital dengan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube ini bertujuan untuk menjangkau audien yang lebih luas lagi dan agar bisa mengikuti zaman ini penting.”<sup>98</sup>*

b. Penerapan Startegi

Setelah merumuskan strategi pemasaran pada era digital hal yang dilakukan selanjutnya yaitu dengan mengidentifikasi sasaran RadioQu Purbalingga dengan melihat pasar dari geografis, demografis dan psikografis pendengar. Dari aspek geografis, pendengar RadioQu Purbalingga adalah masyarakat kabupaten Purbalingga, Banyumas, Banjarnegara, Cilacap, Kebumen, Brebes, Pemalang, dan Pekalongan. Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*“Siaran RadioQu Purbalingga berada pada frekuensi 99,6 FM yang mana jangkauan pendengarnya sudah sangat luas. seperti kabupaten Purbalingga, Banyumas, Banjarnegara, Cilacap, Kebumen dan pemalang, brebes, pekalongan juga, hanya saja untuk pendengar dari daerah pemalang dan pekalongan sinyalnya masih kurang jelas. Dikarenakan daerah pemalang terhalang daerah dataran tinggi. Maka RadioQu Purbalingga menggunakan sarana online atau streaming seperti melalui aplikasi RadioQu Purbalingga dan media sosial YouTube dan media sosial untuk menjangkau semua khalayak dunia. Namun untuk pendengar sasaran terbanyak RadioQu Purbalingga didominasi di wilayah Purbalingga.”*

---

<sup>97</sup>Wawancara dengan Budi Prasetyo, Direktur RadioQu 89,6 FM Purbalingga (13 Juni 2023, pukul 10.15 WIB).

<sup>98</sup> Khoerul Irfan Prasetyo, Wawancara.

Berdasarkan aspek demografi, pendengar RadioQu Purbalingga terbagi-bagi dari usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, dan tingkat pendidikan pendengar. Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*“Saat ini, RadioQu Purbalingga hanya membagi pasar kedalam empat kelompok yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan status ekonomi. Dengan presentase sasaran terbanyak adalah masyarakat Purbalingga, rentang usia 25 tahun sampai 40 tahun, dengan pekerjaan wiraswasta.”<sup>99</sup>*

Kemudian dalam penerapan strategi RadioQu Purbalingga menerapkan strategi dengan saling bekerja sama antar crew dalam mengelola strategi tersebut. Dalam penerapan strategi melalui program siaran dan program off air adalah menentukan jadwal penayangan program yang ditentukan atas dasar aktivitas audien, yaitu rotasi kegiatan dalam satu hari untuk mendengarkan siaran radio. Berdasarkan siklus aktivitas audien, secara umum pembagian waktu siaran dan off air adalah di waktu yang telah disepakati. Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*”Implementasi strategi dilakukan berdasarkan kesepakatan direksi pada rapat bulanan. Seperti disepakati diterapkannya sasaran segmentasi pasar berdasarkan dari aspek geografis, demografis dan psikografis pendengar dan disepakati penerapan strategi pada prime time atau regular time, untuk prime time itu waktu dimana sedang banyak pendengar. Kita terapkan apa yang sudah dirumuskan lagi seperti itu. Namun tidak memungkiri untuk program off air kita terapkan sesuai dengan kondisi lapangan sewaktu pelaksanaan strategi yang telah diterapkan”<sup>100</sup>*

Dalam penerapan strategi melalui media *online*, RadioQu Purbalingga menerapkan strategi melalui Aplikasi RadioQu Purbalingga dan media sosial RadioQu Purbalingga. Sesuai dengan pernyataan Budi Prasetyo selaku Direktur RadioQu Purbalingga.

---

<sup>99</sup> Khoerul Irfan Prasetyo, Wawancara.

<sup>100</sup> Khoerul Irfan Prasetyo, Wawancara.

*“Audien atau pendengar RadioQu Purbalingga dapat mengakses program RadioQu melalui aplikasi RadioQu 89,6 FM Purbalingga, media sosial RadioQu Purbalingga, website RadioQu Purbalingga. Bertujuan agar memudahkan audien dalam mengakses RadioQu 89,6 FM Purbalingga dimanapun berada. Dengan memanfaatkan teknologi tersebut kami bisa menyiarkan program RadioQu Purbalingga lebih luas.”<sup>101</sup>*

c. Evaluasi Strategi

Tahap terakhir dari strategi pemasaran adalah evaluasi strategi. Evaluasi adalah usaha memonitor seluruh hasil penerapan strategi. Evaluasi strategi digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan penerapan strategi dan memastikan sasaran yang ditentukan telah tercapai.

Evaluasi strategi pemasaran di RadioQu 89,6 FM dilaksanakan pada setiap awal bulan guna mengevaluasi strategi bulan sebelumnya. Evaluasi strategi RadioQu berfungsi untuk memaksimalkan strategi yang sudah berjalan. Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*“Evaluasi strategi dilakukan satu bulan sekali pada awal bulan, awaln bulan ini digunakan untuk mengevaluasi bulan kemarin. Tujuan dari evaluasi strategi untuk memonitoring apa-apa yang sudah direncanakan dan diterapkan lalu akan dimaksimalkan lagi apabila masih mendapati strategi yang kurang berhasil”.*<sup>102</sup>

Proses evaluasi program berperan dalam menentukan seberapa jauh program sudah efektif, dalam RadioQu Purbalingga sudah memiliki kebijakan evaluasi pada awal tahun untuk melihat bagaimana program yang sudah diterapkan di RadioQu Purbalingga berjalan dengan baik ataupun masih terdapat kekurangan. Dalam prosesnya RadioQu melakukan rapat yang melibatkan seluruh crew RadioQu Purbalingga dalam melakukan evaluasi strategi.

---

<sup>101</sup> Budi Prasetyo, Wawancara.

<sup>102</sup> Khoerul Irfan Prasetyo, Wawancara.

### C. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pemasaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga

#### 1. Faktor Pendukung Strategi Pemasaran RadioQu Purbalingga

Faktor pendukung strategi pemasaran RadioQu Purbalingga adalah tim mampu bekerja sama seperti dalam penggunaan media baru, yang memberikan akses penggunaannya yang praktis dan simple, mudah digunakan untuk mendapatkan informasi, dakwah dan program RadioQu 89,6 FM. Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*“Faktor pendukung strategi pemasarannya, tim mampu bekerja Bersama dan mampu bekerja dengan kreatif. segala kegiatan dan keberlangsungan RadioQu 89,6 FM juga didukung oleh tim dan orang-orang yang mau menjadi bagian dakwah RadioQu Purbalingga, masyarakat pendengar dan pemegang saham.”<sup>103</sup>*

#### 2. Faktor Penghambat Strategi Pemasaran RadioQu Purbalingga

Penghambat strategi pemasaran dari crew yang bukan asalnya profesional dan kelengkapan media. Sesuai dengan pernyataan Khoerul Irfan Prasetyo selaku Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu Purbalingga.

*“Sumber daya manusia kita rata-rata bukan dari asal yang profesional dan tidak ada binaan untuk sdm kita dan sarana media penunjang yang belum sepenuhnya terpenuhi. Hal tersebut menjadi faktor penghambat strategi pemasaran”<sup>104</sup>*

---

<sup>103</sup> Khoerul Irfan Prasetyo, Wawancara.

<sup>104</sup> Khoerul Irfan Prasetyo, Wawancara.

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yang sekiranya dapat menjawab rumusan masalah yang terdapat pada bab satu terkait strategi pemasaran radio dakwah dalam mempertahankan pendengar di era digital serta faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran dalam mempertahankan eksistensinya di era digital. studi pada RadioQu 89,6 FM Purbalingga. Bahwa startegi pemasaran dalam mempertahankan pendengar di era digital menggunakan program siaran dan program off air di RadioQu Purbalingga. Berdasarkan beberapa kesimpulan di atas, maka penulis memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk RadioQu 89,6 FM Purbalingga adalah program siaran dan program *off air*.
2. Klasifikasi sasaran audien RadioQu Purbalingga adalah berdasarkan usia, jenis kelamin, jenis pendidikan dan jenis pekerjaan. Dengan presentase sasaran terbanyak adalah masyarakat Purbalingga, rentang usia 25 tahun sampai 40 tahun, dengan pekerjaan wiraswasta.
3. Strategi Pemasaran RadioQu Purbalingga dalam mempertahankan pendengar di era digital melalui program siaran *on air* dan *off air* yang terus dipertahankan.
4. Pemasaran RadioQu Purbalingga melalui siaran *on air* seperti program Silaturahmi, Brankas dan *off air* seperti program WarungQu dan Halal Bihalal.
5. Pemasaran RadioQu Purbalingga melalui media baru atau internet, seperti melalui aplikasi streaming, dan media sosial Instagram, Facebook dan Youtube.
6. Faktor pendukung strategi pemasaran di RadioQu Purbalingga, tim mampu bekerja sama dan faktor penghambat strategi pemasaran di RadioQu Purbalingga, sumber daya manusia di RadioQu Purbalingga bukan dari asal profesionalnya serta sarana dan prasarana yang belum sepenuhnya tercukupi.

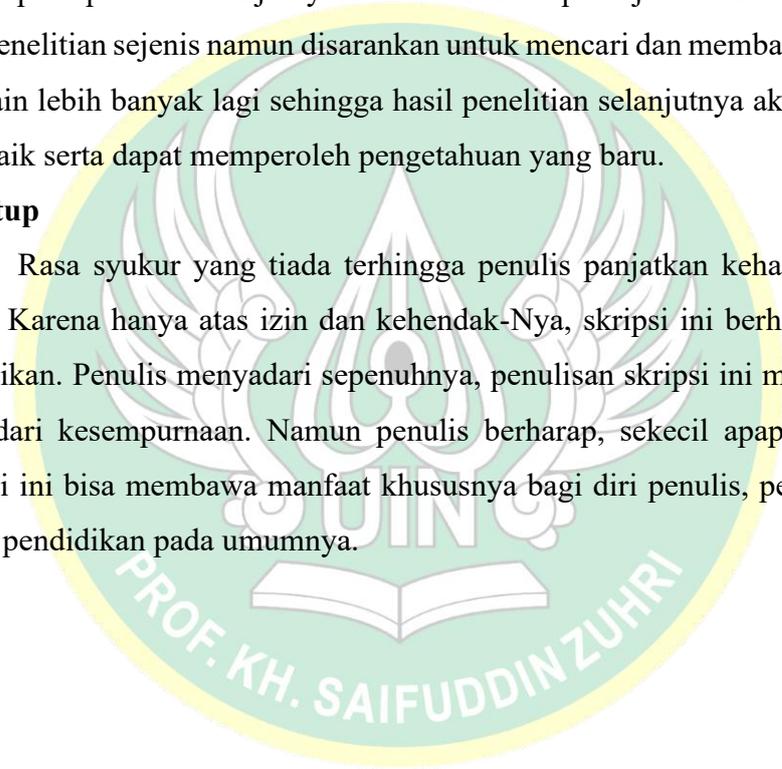
## **B. Saran**

Berdasarkan beberapa kesimpulan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Disarankan strategi pemasaran dapat dioptimalkan dan dikembangkan dengan terus mengikuti perkembangan zaman agar semakin banyak lagi pendengar yang mendapat kebaikan dari RadioQu Purbalingga. Seperti fitur pada aplikasi streaming RadioQu Purbalingga diperbaiki dan dapat menambah strategi pemasaran seperti melalui media sosial tiktok.
2. Kepada peneliti selanjutnya. Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian sejenis namun disarankan untuk mencari dan membaca referensi lain lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta dapat memperoleh pengetahuan yang baru.

## **C. Penutup**

Rasa syukur yang tiada terhingga penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Karena hanya atas izin dan kehendak-Nya, skripsi ini berhasil penulis selesaikan. Penulis menyadari sepenuhnya, penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Namun penulis berharap, sekecil apapun semoga skripsi ini bisa membawa manfaat khususnya bagi diri penulis, pembaca dan dunia pendidikan pada umumnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Bakar, Rifa'i, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Suka Press, 2021)
- Ahmad, Nur, 'Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik', *At Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3.2 (2015), 24
- Alifaturasikah, 'Strategi Radio 95,5 Ras FM Di Wilayah Tebet, Jakarta Selatan Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Media Online' (UIN Syarif Hidayatullah, 2021)
- Anam, Syariful, 'Pendidikan Keimanan Ahlusunnah Wal Jama'ah Prespektif Imam Abu Hasan Al Asy'ari Dalam Kitab Al Luma', *Mentari*, 1.1 (2023), 60
- Asnawi, Nur, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, Dan Isu Isu Kontemporer* (depok: Pt Raja Grafindo Persada, 2017)
- Astutu, Santi Indra, *Jurnalisme Radio* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013)
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif; Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial* (Jakarta: Kencana, 2007)
- Cangara, Hafied, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*, Revisi (Jakarta: Rajawali Pers, 2017)
- Diana Putri, Haniva, 'Strategi Radio Elsi FM Bukit Tinggi Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Milenial' (IAIN Bukit Tinggi, 2021)
- Gunawan, Imam, *Metode Penelitian Kualitatif; Teori Dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara)
- Hadi, Sutrisno, *Metodologi Researc* (Yogyakarta: Andi, 2004)
- Halifi, Rayhan, 'Strategi Ekologi Media Radio CBB 105,4 FM Dalam Mempertahankan Eksistensi Radio Di Era Digital' (UIN Syarif Hidayatullah, 2022)
- Hasanah, Kiki, 'Strategi Radio Citra Buana FM Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Era Digital' (universitas muhammadiyah sumatera utara, 2021)
- Herawati, F. Anita, and Setio Budi, 'Ekologi Media Radio Siaran Di Yogyakarta', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4.2 (2007)
- Hikmat, Mahi M, *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi Dan Sastra* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011)
- Hilmi, Mustofa, M Alfandi, and Sefdha Prisdyaayanti, 'Strategi Komunikasi Radio Komunitas Pendidikan Dan Dakwah Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Kota Semarang', *Jurnal Dakwh Dan Komunikasi Islam*, 8.2 (2022)
- Ifroh, Khodijatul, 'Strategi Penyiaran Radioqu 89.6 Fm Purbalingga Dalam

- Menarik Minat Pendengar Skripsi' (UIN Saiffudin Zuhri Purwokerto, 2022)
- Ikhwan, M, *Manajemen Media Kontemporer* (Jakarta: Kencana, 2022)
- Irzum, Fariyah, 'Media Dakwah Pop', *At Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2.1 (2015)
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Edisi*, 11th edn (Jakarta: PT Indeks, 2006)
- Lestari, Mega, Sakti Ritonga, Indira Fatra Deni, Universitas Islam, and Negeri Sumatera, 'Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Kiis FM Dalam Padang Sidempuan', 2.3 (2023), 1063–72
- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran* (Jakarta: Kencana Prenada, 2008)
- Mufid, Muhammad, *Komunikasi Dan Regulasi Penyiaran* (Jakarta: Prenada Media, 2005)
- Muridan, 'Gagasan Pemikiran dan Gerakan Dakwah M. Natsir Di Indonesia', *Komunika*, 4.2 (2010)
- Ngatno, *Manajemen Pemasaran* (Semarang: EF Press Digimedia, 2018)
- Nunzilah Thifani, 'Strategi Komunikasi Marketing Radio Berkah FM 97.3 Mhz Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Kalangan Pendengar' (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022)
- Nurhasmini, 'Strategi Komunikasi Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya Ditengah Dunia Digitalisasi Tahun 2019/2020;Studi Kasus Radio Suara Kancanta Lombok Timur' (Universitas Islam Negeri Mataram, 2020)
- Puspitarini, Dinda Sekar, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi;Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky', *Jurnal Common*, 3.1 (2019)
- Rahmadi, *Pengantar Metode Penelitian* (Banjarmasin: Antasari Press, 2011)
- Rakhmawati, Istina, 'Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah', *At Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4.1 (2016)
- Riswandi, *Dasar-Dasar Penyiaran;Sejarah, Organisasi, Operasional, Dan Regulasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009)
- Safera, Bella Rista, 'Komunikasi Pemasaran Radio Suara Banjarnegara Dalam Mempromosikan Program] ( Iain ) Purwokerto' (IAIN Purwokerto, 2021)
- Said, Miah, and Muhammad Yusuf Saleh, *Konsep Dan Strategi Pemasaran* (Makasar: CV. Sah Media, 2019)
- Sangadji, Etta Mamang, and Sopiah, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010)
- Sondang, Siagian P, *Management Strategi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004)
- Sopiah, Nyimak, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media

- Facebook', *Jurnal*, 2013
- Sri Wahyudi, Agustinus, *Manajemen Strategik; Pengantar Proses Berfikir Strategi* (Tangerang: Binarupa Aksara, 1996)
- Sriatin, 'Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Romansa FM Ponorogo Dalam Meningkatkan Jumlah Pemasang Iklan' (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&* (Bandung: Alfabeta, 2019)
- Swastha, Basu, dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008)
- Syarifudin, Slamet, dan Saepudin, 'Strategi Pemasaran Radio Dakta 107 FM', *Jurnal Makna*, 3.2 (2018), 70
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, 3rd edn (yogyakarta: cv. andi offset, 2008)
- , *Strategi Pemasaran*, 4th edn (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015)
- Uchajana Effeny, Unong, *Dimensi-Dimensi Komunikasi* (Bandung: PT. Alumni, 1987)
- Wafiq Azizah, Ranum, 'Manajemen Penyiaran Radio Bercahaya 94,3 FM Di Era Digital' (UIN Saiffudin Zuhri Purwokerto, 2023)
- Wardani, Diah Tri, 'Strategi Segmentasi , Targeting , Dan Positioning ( Stp ) Pada Program Acara Di Radio Dian Swara Purwokerto' (IAIN Purwokerto, 2020)
- Wiratri, dan Devie R, *Prinsip- Dan Praktik Jurnalisme Radio* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2022)
- Yumiana Rahayu, Tresna, 'Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya', *Jurnal Makna*, 4.1 (2019)
- Yusuf, Muri, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2021)

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

**KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA RI  
DIREKTORAT JENDERAL SUMBER DAYA DAN PERANGKAT POS DAN INFORMATIKA  
DIREKTORAT OPERASI SUMBER DAYA**

Wisma Antara Lantai 1, Jl. Medan Merdeka Selatan No. 17, Jakarta 10110  
Call Center: 159 Email: [callcenter\\_sdppi@kominfo.go.id](mailto:callcenter_sdppi@kominfo.go.id)  
<https://www.sdppi.kominfo.go.id>



Dikeluarkan berdasarkan Undang-undang No.36 TH 1999 tentang Telekomunikasi dan Peraturan Pelaksanaannya

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik oleh Direktur Operasi Sumber Daya A.n. Dirjen SDPPPI



### BUKTI PELUNASAN PEMBAYARAN BHP FREKUENSI RADIO

NO. PEMEGANG IZIN 00113550	NOMOR APLIKASI 012438092018	NOMOR STASIUN 0001	IZIN PENYELENGGARAAN : NO : 750/RF.02.01/2018 TGL :
DIBERIKAN KEPADA MEDIA SILATURAHMI PURBALINGGA, PT. ALAMAT : KOMPLEK PANTI ASUHAN DARUL HADHONAH JALAN MT HARYONO - KARANGSENTUL PURBALINGGA, PADAMARA, JAWA TENGAH 53372 TLP. 081313364478 FAX. -		JENIS IZIN STASIUN: BC - Broadcasting Station, Sound RADIO JENIS DINAS : Broadcasting Service NAMA STASIUN : RADIOQU PURBALINGGA ALAMAT STASIUN : Komplek Panti Asuhan darul Hadhohah Jalan MT Haryono, PADAMARA, PURBALINGGA, JAWA TENGAH TANDA PANGGILAN : PM4FMS DAERAH LAYANAN : PURBALINGGA, KAB. PURBALINGGA	
NAMA PENANGGUNG JAWAB : HERY MUHARAM TRI PUTRO		KOORDINAT LOKASI 109° 20' 57.8" BT 7° 23' 20.9" LS	
TANGGAL MULAI IZIN : 24 Sep 2018 TANGGAL BERAKHIR : 23 Sep 2023		TINGGI LOKASI (ASL) : 86.00m	
<b>DATA TEKNIS</b> LEBAR PITA : 300.00 kHz KELAS EMISI : F3EHN DAYA PANCAR : 33.00 dBW NOMOR KANAL : 21		<b>DATA ANTENA</b> MEREK : UNKNOW TIPE : ANTENNA FM AZIMUTH : ELEVASI : TINGGI ANTENA (AGL) : 40.00 m	
<b>DATA PERANGKAT RADIO</b> PEMANCAR : MEREK : ITALY TIPE : RVR TEX 30LCD/S		PENERIMA : NOMOR SERI :	
DATA FREKUENSI	FREKUENSI	POLARISASI	DATA STASIUN LAWAN NAMA TANDA PANGGILAN KOORDINAT
TX RX	89.60 MHz	CR	
KETERANGAN			RADIUS MAKSIMUM 12 KM DARI PUSAT WILAYAH LAYANAN PURBALINGGA, KAB. PURBALINGGA



TAHUN	KETERANGAN
2018	LUNAS
2019	LUNAS
2020	LUNAS
2021	LUNAS
2022	LUNAS

PEMBAYARAN BHP FREKUENSI RADIO	
No. Invoice	: 2125655
Periode	: 24 Sep 2022 - 23 Sep 2023
Tanggal Pelunasan	: 29 Jul 2022
Nilai BHP	: Rp.2.776.684,-
Terbilang : Dua Juta Tujuh Ratus Tujuh Puluh Enam Ribu Enam Ratus Delapan Puluh Empat Rupiah	

a.n. Direktur Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika  
Direktur Operasi Sumber Daya,

TTE

Dwi Handoko



MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
REPUBLIC INDONESIA

KEPUTUSAN MENTERI KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA REPUBLIK INDONESIA

**NOMOR : 2491/RF.02.02/2018**

TENTANG IZIN PENYELENGGARAAN PENYIARAN  
PT MEDIA SILATURAHMI PURBALINGGA

Diberikan Izin Penyelenggaraan Penyiaran kepada:

Nama Badan Hukum	PT MEDIA SILATURAHMI PURBALINGGA	
Nama Sebutan di Udara	RADIOQU PURBALINGGA	
Jenis Lembaga Penyiaran	Lembaga Penyiaran Swasta	
Jenis Jasa Penyiaran	Radio	
Wilayah Layanan Siaran	PURBALINGGA	
Format Siaran	Umum	
Alamat Kantor	KOMPLEK PANTI ASUHAN DARUL HADHONAH JALAN MT HARYONO - KARANGSENTUL KECAMATAN PADAMARA KABUPATEN PURBALINGGA	
	Kelurahan: Karangsantul	Provinsi: Jawa Tengah
	Kecamatan: Padamara	Kodepos: 53372
	Kota/Kab: Purbalingga	
Alamat Studio	KOMPLEK PANTI ASUHAN DARUL HADHONAH JALAN MT HARYONO - KARANGSENTUL KECAMATAN PADAMARA KABUPATEN PURBALINGGA	
	Kelurahan: Karangsantul	Provinsi: Jawa Tengah
	Kecamatan: Padamara	Kodepos: 53372
	Kota/Kab: Purbalingga	
Masa Berlaku Izin Penyelenggaraan Penyiaran	21 Desember 2018 s.d. 20 Desember 2023	
Izin Penyelenggaraan Penyiaran berlaku 5 (lima) tahun dan dapat diperpanjang dengan mengajukan permohonan tertulis kepada Menteri paling lambat 1 (satu) tahun sebelum masa berlaku Izin berakhir.		
Pemegang Izin Penyelenggaraan Penyiaran wajib mentaati ketentuan peraturan perundang-undangan dan apabila melanggar dikenakan sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.		

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 21 Desember 2018

a.n. Menteri Komunikasi dan Informatika RI,  
Direktur Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika,  
u.b DIREKTUR PENYIARAN



Geryantika Kurnia

Surat Izin Penyelenggaraan Penyiaran



Stasiun RadioQu 89,6 FM Purbalingga



Wawancara dengan Budi Prasetyo selaku Direktur RadioQu 89,6 FM Purbalingga



Wawancara dengan Khoerul Irfan Prasetyo Penanggung Jawab Pemasaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga



Program WarungQu Purbalingga sebagai Strategi Pemasaran



Ruang Siaran RadioQu 89,6 FM Purbalingga dan Ruang Produksi



Stiker RadioQu Purbalingga



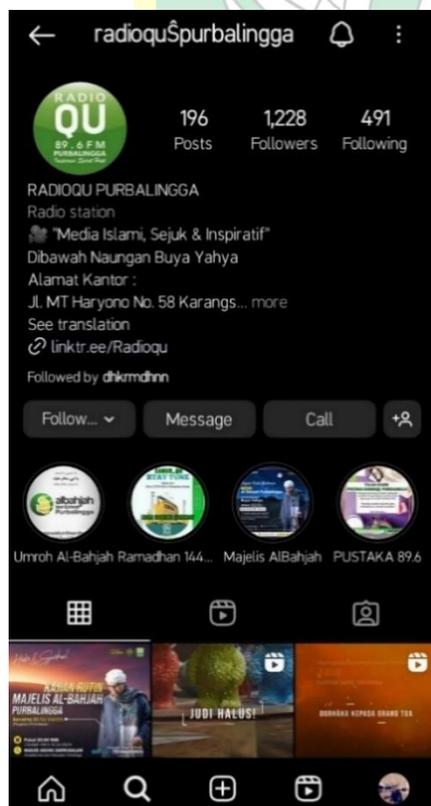
Aplikasi Streaming RadioQu Purbalingga



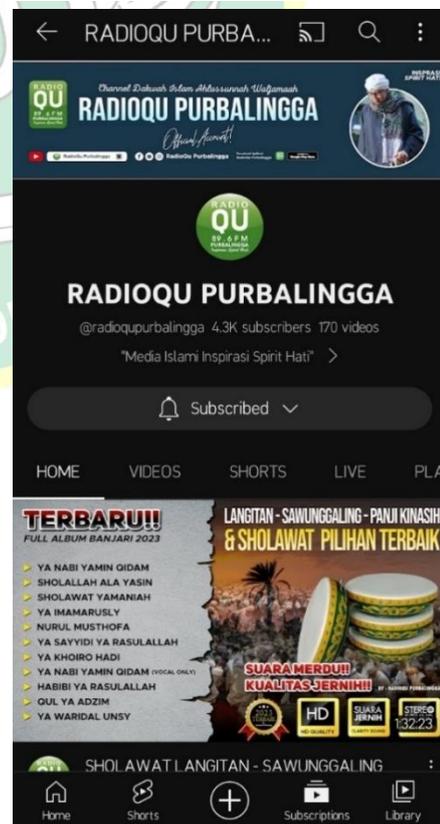
Group Whatsapp RadioQu Purbalingga



Facebook RadioQu Purbalingga



Instagram RadioQu Purbalingga



Youtube RadioQu Purbalingga

## CURRICULUM VITAE

**A. BIODATA PRIBADI**

Nama Lengkap : Nurudin  
 NIM : 1917102120  
 Tempat, tanggal lahir : Purbalingga, 16 Februari 2001  
 Fakultas : Dakwah  
 Jurusan/ Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
 Alamat : Mrebet RT 05 / RW 01, Kecamatan Mrebet,  
 Kabupaten Purbalingga  
 E-mail : nurudinu014@gmail.com  
 No. HP : 082133629774  
 Hobi : Membaca

**B. RIWAYAT PENDIDIKAN**

No.	Jenjang	Nama Lembaga Pendidikan dan Disiplin Keilmuan
1	SD	SDN 2 Mrebet
2	SMP/MTs	SMPN 1 Mrebet
3	SMK	SMK Darul Abror Bukateja Purbalingga
4	S1 (Dalam Proses)	Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto

**C. PENGALAMAN ORGANISASI**

1. Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Fakultas Dakwah 2020/2021
2. Forum Mahasiswa Purbalinga Fosispura 2019/2020
3. Komunitas Radio Star 2019/2020

**D. MOTTO**

You Can If You Can

Purwokerto, 27 Juni 2023



(Nurudin)