

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era perkembangan teknologi digital, media massa memiliki peran yang sangat krusial sebagai saluran informasi, khususnya dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat. Radio, sebagai salah satu media penyiaran yang memiliki cakupan luas, tetap relevan karena kemampuannya dalam menyampaikan berbagai informasi secara *real-time* kepada pendengarnya. Hal ini menjadikan radio sebagai media yang efektif dalam menyebarkan berita, hiburan, serta pesan dakwah melalui siaran keagamaan ke berbagai lapisan masyarakat.

Di tengah pesatnya perkembangan media digital, Radio Republik Indonesia (RRI) Banjarmasin tetap mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga penyiaran publik yang menghadirkan informasi, pendidikan, dan hiburan berkualitas, sekaligus menjalankan fungsi sosial dan pelestarian budaya. Tanggung jawab ini diwujudkan melalui berbagai program siaran edukatif dan kontekstual, termasuk program siaran keagamaan yang dirancang untuk memberikan pemahaman spiritual kepada masyarakat. Program ini mencakup penafsiran kitab suci, diskusi nilai keagamaan, hingga isu spiritual yang relevan dengan kehidupan modern.¹

¹ *Profil RRI*, PPID LPP Radio Republik Indonesia, diakses 24 Juli 2025, <https://ppid.rrr.go.id/profil-rrr>.

Namun demikian, seiring dengan transformasi pola konsumsi media, preferensi *audiens* muda mengalami pergeseran yang signifikan, terutama di kalangan Generasi Z. Generasi ini, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, tumbuh dalam lingkungan digital yang mengedepankan kecepatan, interaktivitas, dan visualitas.² Menurut data dari *We Are Social* dan *Hootsuite*, sekitar 99% dari Generasi Z menggunakan internet secara aktif, dengan mayoritas dari mereka menghabiskan waktu di platform seperti *Instagram* dan *TikTok*.³ Fakta ini menunjukkan bahwa Generasi Z lebih memilih konten yang fleksibel dan interaktif dibandingkan format tradisional seperti radio konvensional.

Tantangan utama bagi RRI Banjarmasin terletak pada upaya membangun pendekatan komunikasi yang mampu meningkatkan minat mendengarkan siaran keagamaan di kalangan Generasi Z yang dikenal selektif dan kritis terhadap konten media. Meskipun era digital telah menggeser pola konsumsi informasi ke arah yang lebih visual dan interaktif, data survei nasional menunjukkan bahwa siaran radio masih memiliki ruang di hati anak muda. Hasil survei yang dilakukan *GoodStats* pada tahun 2024 terhadap pengguna radio usia 18 hingga 25 tahun menyatakan bahwa lebih dari separuh responden masih mendengarkan radio, baik secara harian maupun mingguan.⁴

² David Fero dan Mery Silalahi, "Opimizing the Use of New Media in the Gen-Z Era to Strengthen Sustainable Tourism", *Media Wisata* 22, no. 2 (15 November 2024): hl. 371-382.

³ We Are Social dan Meltwater, *Digital 2023 Global Overview Report* (We Are Social, 2023), diakses 21 April 2025, <https://wearesocial.com/digital-2023/>.

⁴ "Preferensi Pengguna Radio Anak Muda Indonesia 2024," diakses 24 Juli 2025, <https://www.scribd.com/document/884568151/Preferensi-Pengguna-Radio-Anak-Muda-Indonesia-2024-UiKB0ngAtX>.

Data Nielsen juga menunjukkan bahwa sekitar 19 % pendengar radio berasal dari Generasi Z (usia 10–14 tahun) secara usia.⁵ Temuan tersebut menjadi dasar kuat bahwa radio masih relevan sebagai media penyiaran di kalangan *audiens* muda Indonesia.

Temuan ini menunjukkan bahwa potensi keterhubungan antara siaran radio dan Generasi Z masih terbuka, terutama apabila strategi komunikasi mampu menyesuaikan diri dengan pola konsumsi media mereka yang cepat, fleksibel, dan responsif. Untuk menjembatani kesenjangan ini, RRI Banjarmasin memiliki peluang menerapkan strategi komunikasi yang lebih adaptif, sejalan dengan preferensi *audiens* muda. Di sisi internal kelembagaan, pengelolaan siaran yang efektif melalui perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program menjadi kunci dalam menjaga keberlanjutan dan relevansi siaran keagamaan yang disajikan.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas strategi siaran keagamaan di media radio, namun belum ada yang secara khusus meneliti strategi program siaran keagamaan di RRI Banjarmasin dengan fokus pada *audiens* Generasi Z, serta menggunakan pendekatan strategi komunikasi dan manajemen program siaran. Untuk memahami sejauh mana program siaran tersebut berhasil menjangkau *audiens* muda, diperlukan pula analisis dari sisi penerima pesan. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menelusuri bagaimana minat mendengarkan Generasi Z terbentuk, serta sejauh mana siaran

⁵ Nielsen. "Radio Masih Memiliki Tempat di Hati Pendengarnya." *Nielsen*, November 1, 2016. <https://www.nielsen.com/id/news-center/2016/radio-masih-memiliki-tempat-di-hati-pendengarnya/>.

keagamaan dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan informasional, identitas personal, interaksi sosial, hingga hiburan. Pemahaman terhadap motif dan pola konsumsi ini penting sebagai dasar evaluasi atas kesesuaian strategi komunikasi yang diterapkan dengan preferensi dan kebiasaan media *audiens* muda sebagai target utama.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi program siaran keagamaan RRI Banjarmasin dalam meningkatkan minat dengar Generasi Z. Penelitian ini juga mengeksplorasi tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam implementasi strategi tersebut, serta mengevaluasi bagaimana *audiens* muda memberikan respons terhadap siaran keagamaan yang disampaikan, khususnya dalam hal ketertarikan untuk mendengarkan. Dengan memahami berbagai faktor tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi keagamaan melalui media penyiaran yang lebih kontekstual dan efektif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi yang digunakan dalam program siaran keagamaan RRI Banjarmasin untuk meningkatkan minat dengar Generasi Z?
2. Apa saja hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam implementasi strategi program siaran keagamaan di RRI Banjarmasin?

3. Bagaimana respons Generasi Z dalam hal minat mendengarkan program siaran keagamaan RRI Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Menganalisis strategi yang digunakan dalam program siaran keagamaan RRI Banjarmasin dalam meningkatkan minat dengar Generasi Z.
2. Mengidentifikasi hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam implementasi strategi pada program siaran keagamaan RRI Banjarmasin.
3. Menjelaskan respons *audiens* Generasi Z dalam hal minat mendengarkan program siaran keagamaan RRI Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian dalam bidang komunikasi dakwah dan penyiaran, khususnya mengenai strategi penyiaran keagamaan di media radio yang diarahkan kepada generasi muda. Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan dalam memperkaya kajian akademik terkait strategi komunikasi dakwah dan manajemen program siaran di era digital, serta menjadi acuan untuk penelitian lanjutan dengan fokus yang serupa.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi strategis kepada RRI Banjarmasin dalam merancang dan mengelola program siaran keagamaan

yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan *audiens* Generasi Z. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh praktisi penyiaran, pengelola media keagamaan, serta lembaga dan komunitas dakwah dalam menyusun strategi penyiaran yang lebih efektif untuk meningkatkan keterlibatan generasi muda melalui media radio.

E. Definisi Operasional

1. Strategi

Strategi adalah rencana umum yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi dengan menghubungkan sumber daya terhadap tantangan dan risiko eksternal.⁶ Dalam penelitian ini, strategi merujuk pada serangkaian langkah terencana yang diambil oleh RRI Banjarmasin untuk merancang dan melaksanakan program siaran keagamaan guna meningkatkan minat mendengarkan dari Generasi Z. Strategi ini mencakup penyesuaian konten siaran, pemilihan waktu dan format penyajian, serta pemanfaatan media yang relevan dengan karakteristik audiens muda.

2. Program Siaran Keagamaan

Program siaran keagamaan dalam penelitian ini merupakan bentuk penyiaran yang diproduksi oleh RRI Banjarmasin untuk menyampaikan nilai-nilai keagamaan kepada publik, terutama Generasi Z. Program ini ditayangkan melalui radio dan platform digital dalam bentuk ceramah,

⁶ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Edisi Revisi (Jakarta: Kencana, 2018).

dialog, maupun tanya jawab. Kontennya disusun dengan mempertimbangkan karakteristik dan kebutuhan audiens muda, sehingga menjadi bagian dari strategi komunikasi dan manajemen penyiaran guna menarik perhatian serta meningkatkan minat Generasi Z terhadap siaran keagamaan.

3. Agama dan Keagamaan

Agama merupakan sistem keyakinan yang mendasari hubungan manusia dengan Tuhan Yang Maha Kuasa, serta membimbing perilaku individu dalam kehidupan pribadi maupun sosial. Nilai-nilai luhur yang terkandung dalam agama berfungsi sebagai pedoman moral, spiritual, dan sosial dalam menjalani kehidupan sehari-hari.⁷ Dalam penelitian ini, keagamaan mengacu pada bentuk penghayatan dan pemahaman terhadap nilai-nilai spiritual yang disampaikan melalui program siaran keagamaan. Istilah ini juga mencerminkan konten atau materi yang menjadi pokok dalam siaran, seperti tafsir ayat suci, nasihat keislaman, dan kajian akhlak.

4. RRI Banjarmasin

RRI Banjarmasin adalah stasiun penyiaran publik yang beroperasi di bawah Lembaga Penyiaran Publik RRI, dengan peran menyajikan informasi, edukasi, hiburan, dan konten keagamaan bagi masyarakat Kalimantan Selatan. Berlokasi di Jl. Jenderal A. Yani KM 3.5, Karang Mekar, Banjarmasin Timur, RRI Banjarmasin mengudara selama 20 jam

⁷ Teresia Noiman Derung et al., "Fungsi Agama terhadap Perilaku Sosial Masyarakat," *In Theos: Jurnal Pendidikan Agama dan Teologi* 2, no. 11 (2022): 373.

per hari melalui empat saluran: Programa 1 (96.7 FM), Programa 2 (95.2 FM), Programa 3 (*relay* RRI pusat), dan Programa 4 (87.7 FM & 99.6 FM). Lembaga ini juga memanfaatkan teknologi digital seperti aplikasi RRI Digital untuk memperluas jangkauan *audiens*, termasuk Generasi Z.

5. Minat Mendengarkan Program Siaran Keagamaan

Minat mendengarkan program siaran keagamaan dalam penelitian ini merujuk pada ketertarikan, perhatian, dan keterlibatan Generasi Z terhadap siaran keagamaan yang disajikan oleh RRI Banjarmasin, baik melalui siaran radio maupun platform digital. Minat ini ditunjukkan melalui perilaku seperti memilih mendengarkan siaran, menyimak isi siaran secara aktif, hingga merespons atau membagikan konten siaran keagamaan. Minat mendengarkan juga berkaitan dengan seberapa relevan konten siaran dengan kebutuhan spiritual, emosional, dan informasional audiens muda.

6. Generasi Z

Generasi Z dalam penelitian ini merujuk pada individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan berdomisili di Banjarmasin atau sekitarnya. Mereka tumbuh dalam era digital dan dikenal sebagai *iGeneration* atau generasi internet, dengan karakteristik menggabungkan kehidupan nyata dan digital, mandiri, realistis, serta kritis dalam memilih konten. Paparan teknologi sejak dini membentuk pola pikir yang adaptif dan menyukai konten yang personal serta interaktif. Dalam konteks penelitian ini, Generasi Z menjadi sasaran utama strategi program siaran keagamaan

karena karakteristiknya menuntut pendekatan komunikasi dan penyiaran yang relevan dengan dinamika media yang mereka konsumsi.⁸

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu membahas strategi siaran keagamaan radio, terutama di RRI, dengan pendekatan berbeda. Penelitian ini lebih spesifik karena menyoroti Gen Z dan menggunakan teori strategi komunikasi, manajemen program siaran, serta *Uses and Gratifications*. Berikut perbandingannya:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti, Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kesamaan	Perbedaan
1.	Taufik R. Talalu (2020), <i>Produksi Program Siaran Dakwah Radio</i>	Tiga program dakwah di Radio Selebes diproduksi melalui manajemen strategis siaran: perencanaan, produksi, pelaksanaan, dan evaluasi.	Sama-sama membahas strategi/manajemen siaran dakwah. Metode kualitatif. Fokus pada efektivitas siaran dakwah radio.	Media berbeda (Radio Selebes vs RRI). Tidak fokus pada Gen Z. Tidak eksplisit gunakan teori strategi komunikasi.
2.	Fajar Bayu Nugraha (2022), <i>Strategi Komunikasi Radio Ramayana dalam Dakwah Islam</i>	Radio Ramayana menggunakan strategi komunikasi dakwah melalui perencanaan tema,	Sama-sama menggunakan teori strategi komunikasi. Sama-sama membahas strategi siaran keagamaan di media radio.	Media berbeda (swasta vs lembaga publik). Tidak secara khusus meneliti

⁸ Lingga Sekar Arum, Amira Zahrani, dan Nickyta Arcindy Duha, "Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030," *Accounting Student Research Journal* 2, no. 1 (2023): 59–72.

No.	Peneliti, Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kesamaan	Perbedaan
		pemilihan narasumber, penyusunan pesan, dan evaluasi untuk meningkatkan efektivitas siaran keagamaan.	Metode deskriptif kualitatif.	<i>audiens</i> Gen Z.
3.	Dewi Nandansari (2023), <i>Strategi Pengelolaan Program Siaran Radio Yasmaga FM Ponorogo</i>	Penelitian ini menjelaskan bagaimana Yasmaga FM merancang dan mengelola program siaran keagamaan melalui perencanaan, pemilihan narasumber, dan evaluasi berkala untuk menjaga kualitas siaran.	Sama-sama meneliti strategi pengelolaan program siaran keagamaan di radio. Menggunakan pendekatan kualitatif. Relevan dengan teori manajemen program siaran.	Tidak fokus pada Generasi Z. Tidak menggunakan teori strategi komunikasi atau <i>Uses and Gratifications</i> . Media berbeda (radio komunitas vs lembaga penyiaran publik RRI).
4.	Mustofa Hilmi, M. Alfandi, & Sefdha Prisdianti (2023), <i>Strategi Komunikasi Radio Komunitas Pendidikan dan Dakwah dalam Mempertahankan Eksistensi di Kota Semarang</i>	Radio komunitas menerapkan strategi komunikasi dakwah melalui penyusunan pesan yang edukatif, pemilihan media siaran yang tepat, dan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan konten.	Sama-sama meneliti strategi komunikasi dakwah di media radio. Metode deskriptif kualitatif. Fokus pada keberlanjutan program siaran dakwah.	Media berbeda (radio komunitas vs lembaga penyiaran publik RRI). Tidak fokus pada Generasi Z. Tidak menggunakan teori <i>Uses and Gratifications</i> .

No.	Peneliti, Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kesamaan	Perbedaan
5.	Jodi & Firmansyah (2025), <i>Strategi Komunikasi Dakwah pada Program Siaran Keagamaan di RRI Bandar Lampung</i>	RRI Bandar Lampung menerapkan strategi komunikasi dakwah melalui pesan tematik, narasumber kompeten, dan pendekatan persuasif guna meningkatkan pemahaman keagamaan pendengar.	Sama-sama meneliti program siaran keagamaan di RRI. Sama-sama menggunakan teori strategi komunikasi. Menggunakan pendekatan kualitatif.	Lokasi berbeda (Bandar Lampung vs Banjarmasin). Tidak berfokus pada Gen Z.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan untuk penelitian ini terdiri dari 5 BAB. Adapun sistem penulisanannya yakni sebagai berikut.

BAB I: Meliputi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Signifikansi Penelitian, Definisi Operasional, Penelitian Terdahulu dan Sistematika Penulisan.

BAB II: Membahas kajian teori dan kerangka berpikir dengan mengangkat permasalahan penelitian dan mendukungnya dengan teori-teori terkait.

BAB III: Mendeskripsikan metode penelitian yang mencakup pendekatan, jenis penelitian, lokasi, subjek dan objek, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta analisis data secara sistematis.

BAB IV: Meliputi hasil penelitian dan pembahasan mengenai penelitian, serta pemaparan hasil dari penelitian yang didapat oleh peneliti

BAB V: Bagian penutup yang meliputi kesimpulan dan saran untuk penelitian.