

Optimalisasi Dakwah Melalui Media Radio Di Era Digital

Optimization Of Dakwah Through Radio Media In The Digital Era

Marhamah*, Shafira Ulfa Rahmani**

*Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe

**Universitas Sumatera Utara

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan peran radio dalam dakwah dan tantangan dakwah di era digital. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan menggunakan penelitian kepustakaan serta sumber data dari buku, jurnal dan literatur lain yang terkait dengan radio dan dakwah. Data tersebut diuji keabsahannya dengan metode triangulasi sumber data dengan mengkaji sumber-sumber literatur terkait radio dan dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi di era digital salah satunya adalah konvergensi media dan yang paling diminati adalah radio *streaming* karena memberikan kemudahan bagi pendengar untuk menikmati siarannya. Hal ini memberikan peran penting pada penguatan dakwah yaitu pada para da'i sehingga memiliki kemampuan praksis. Peran radio dalam dakwah adalah sebagai pelajaran tentang ilmu agama, sebagai penyebaran agama dan tuntunan dalam mengamalkan agama. Sedangkan tantangan dakwah di era digital terkait dengan akses globalisasi dan kenyataan pluralitas agama. Hal ini dikarenakan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah mentransformasikan peradaban manusia dari kultur pertanian ke industri kemudian ke abad informasi dan komunikasi. Determinasi di era digital saat ini adalah kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi yang ironisnya menjadikan sekat-sekat sosio-kultural bangsa bahkan telah mengaburkan batas-batas geografis negara. Untuk itu perlu meningkatkan optimalisasi pemanfaatan media digital dan peningkatan kemampuan para da'i dalam menguasai teknologi digital.

Kata Kunci: Dakwah, Radio, Era Digital

Abstract: The purpose of this study is to describe the role of radio in da'wah and the challenges of da'wah in the digital era. This research method is a qualitative research and uses library research and data sources from books, journals and other literature related to radio and da'wah. The validity of the data was tested by using the triangulation method of data sources by reviewing literary sources related to radio and da'wah. The results show that

one of the innovations in the digital era is media convergence and the most popular is streaming radio because it makes it easy for listeners to enjoy broadcasts. This gives an important role in strengthening da'wah, namely the da'i so that they have practical skills. The role of radio in da'wah is as a lesson on religious knowledge, as the spread of religion and guidance in practicing religion. Meanwhile, the challenge of da'wah in the digital era is related to the excesses of globalization and the reality of religious plurality. This is due to the development of science and technology that has transformed human civilization from agricultural culture to industry and then to the information and communication age. Determination in the current digital era is the sophistication of information and communication technology which ironically makes the socio-cultural barriers of the nation have even blurred the geographical boundaries of the country. For this reason, it is necessary to increase the optimization of the use of digital media and increase the ability of the da'i in mastering digital technology.

Keywords: Da'wah, Radio, Digital Age

Pendahuluan

Dakwah merupakan kegiatan penyebaran ajaran Islam sebagai upaya transformatif yang diorientasikan untuk mewujudkan manusia yang lebih baik.⁸ Dakwah menjadi kewajiban kepada seluruh umat Islam sesuai fungsinya sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 104.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya:” Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”

⁸ Khoiruddin Khoiruddin, “Aktualisasi Dakwah Dalam Perspektif Transformasi Sosial,” *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi* 8, no. 1 (2015): 123–134.

Dasar kewajiban dakwah tersebut secara normatif menekankan pentingnya mengajak untuk berbuat baik dan menjauhkan dari perbuatan maksiat. Perintah *amar ma'ruf nahi munkar* menjadi dasar penegakkan kalimat tauhid yang harus dijunjung tinggi oleh setiap muslim. Sedangkan pada aspek teologis, dakwah menjadi usaha untuk membumikan nilai-nilai ketauhidan pada seluruh dimensi kehidupan manusia. Karena terwujudnya dakwah dalam seluruh ruang interaksional sosial dan ranah kehidupan manusia merupakan hakikat dari dakwah.

Secara terminologis, dakwah merupakan manifestasi dari teologis yang diaktualisasikan pada seluruh aspek kehidupan manusia sebagai panduan dalam berpikir, bersikap dan berperilaku.⁹ Terminologis tersebut menjelaskan bahwa dakwah sebagai suatu aktivitas untuk menuntun manusia secara integral berada di jalan Allah baik lisan maupun tulisan. Upaya ini merupakan perwujudan nilai kebenaran dan kebaikan serta menjauhkan hal-hal yang tidak sesuai secara fitrah sehingga menjadi ummat pilihan. Melalui dakwah, penjabaran nilai-nilai ilahiyah menjadi amal shaleh dalam kehidupan manusia sebagai bentuk mengembalikan eksistensi manusia secara integral.

Dakwah juga diartikan sebagai kegiatan mentransformasikan ajaran dan nilai Islam dari da'i kepada mad'u sehingga memperbaiki sikap dan perilaku lebih islami serta pencerahan iman.¹⁰ Hal ini menjelaskan bahwa dakwah dimaknai sebagai upaya membangun kondisi yang kondusif sehingga terjadi perubahan pikiran, keyakinan, sikap dan perilaku yang Islami. Karena itu dakwah berlangsung dengan memperhatikan kondisi masyarakat sesuai dengan

⁹ Abdul Basit, *Dakwah Antar Individu: Teori Dan Aplikasi* (Purwokertp: TENTREM KARYA NUSA, 2017).

¹⁰ Syulrianto, "Dakwah Kultural: Kasus Penyebaran Islam Di Jawa," *Jurnal Dakwah*, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga, no. 4 (2002): 118.

eranya. Era digital saat ini ditandai dengan penggunaan jaringan internet secara menyeluruh sebagai bentuk kemajuan teknologi. Hal ini telah menggeser cara masyarakat mengakses sumber nilai keagamaan yang mengharuskan para da'i menggunakan dunia digital sebagai wahana dakwah. Era digital menuntut da'i untuk memiliki keterampilan teknologi sebagai media dakwahnya. Dakwah disebut dinamis karena dilakukan beradaptasi dengan permasalahan masyarakat yang kompleks dan menggunakan media teknologi.¹¹ Da'i harus beradaptasi dengan perkembangan IPTEK sehingga dapat menggunakan berbagai media yang banyak dipakai oleh masyarakat.¹² Dakwah tidak lagi terbatas pada wilayah tertentu, tetapi dengan menggunakan media telah menembus ruang dan waktu karena media memberikan kecepatan dan kemudahan. Perkembangan media massa semakin pesat seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi salahsatunya media radio. Radio sebagai media dakwah lebih efektif dan cepat untuk menyebarkan pesan-pesan Islam kepada masyarakat. Radio sebagai media massa bersifat auditif sehingga mudah untuk dibawa kemana saja dan relatif murah.¹³ Selain itu radio juga memiliki jangkauan area yang luas dan dapat melewati batasan ruang dan waktu. Sifat radio yang praktis pada aspek penyebaran dan penerimaan menjadikan keterlibatan pendengar lebih personal dan komunal. Sebagai wahana untuk menyalurkan permasalahan yang dihadapi dalam kehidupan pendengar, radio memberikan ruang untuk berinteraksi langsung. Peluang untuk berinteraksi secara cepat

¹¹ Nur. Alhidayatillah, "Dakwah Dinamis Di Era Modern (Pendekatan Manajemen Dakwah).," *Jurnal An-Nida'* 41, no. 2 (2018): 265-276.

¹² Abdul Basit, "Dakwah Cerdas Di Era Modern," *Jurnal Komunikasi Islam* 3, no. 1 (2013): 76-94.

¹³ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), 125.

menjadi pengikat bagi pendengar untuk berperan dan loyal pada media tersebut.

Efektivitas radio dalam penyampaian pesan menunjukkan bahwa aktivitas dakwah harus menjadikannya sebagai media sehingga tujuan dakwah dapat tercapai. Radio sebagai media dakwah ditegaskan secara tersirat dijelaskan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya:”Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.

Ayat tersebut menunjukkan kata hikmah sebagai penegasan kata dalam membedakan antara yang hak dan batil. Selain itu juga menjelaskan untuk menempatkan sesuatu pada tempatnya dan menyesuaikan kondisinya dalam penggunaan media. Dengan demikian media dakwah disesuaikan dengan kondisi masyarakat seperti pemanfaatan radio. Efektivitas dan efisiensi radio sebagai media dakwah sangat tergantung kepada kepiawaian da'i dalam mengemas pesannya. Karena da'i sebagai penyampaian pesan sekaligus sebagai pesan itu sendiri, maka da'i harus memiliki kredibilitas dan daya tarik.

Daya tarik dan kredibilitas tersebut menjadi kunci utama da'i untuk keberhasilan memperbaiki kehidupan masyarakat.¹⁴

Komunikasi persuasi yang disampaikan melalui radio dapat mempengaruhi sikap dan perilaku pendengar atau mad'u. Komunikasi persuasif lebih menekankan pada dimensi psikologis mad'u sehingga penyampaian pesan dapat mengubah kepercayaan, sikap dan perilakunya. Perkembangan internet menjadikan radio semakin kreatif dengan mengembangkan saluran *streaming* sehingga memenuhi kebutuhan pendengar akan siaran kesukaannya. Karena perkembangan teknologi yang pesat menjadikan media radio juga harus ikut berkembang.

Saat ini mulai bermunculan media baru (*new media*) yang banyak digunakan oleh masyarakat, sehingga media konvensional harus bertransformasi. Strategi transformasi yang dilakukan adalah dengan konvergensi media, telekomunikasi dan komputer.¹⁵ Penggabungan antara media konvensional ke media digital sebagai konvergensi media menciptakan produk yang beragam yang sekaligus berfungsi audio visual. Konvergensi media ini keberadaannya adalah media yang berbasis internet sebagai kunci utamanya. Menurut riset, terdapat 64 persen dari jumlah total penduduk Indonesia atau 175,4 juta orang menggunakan internet. Jumlah tersebut meningkat sekitar 17 persen dibandingkan tahun 2019. Sedangkan media sosial digunakan 160 juta orang di Indonesia per Januari 2020 dan terjadi peningkatan 8,1 persen dibandingkan tahun 2019.¹⁶

¹⁴ Muhammad Nador, "Optimalisasi Fungsi Radio Sebagai Media Dakwah," *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama* 12, no. 1 (2017): 105-128.

¹⁵ & Davenport Straubhaar, Joseph, Robert LaRose, L., *Media Now: Communications Media in the Information Age*. (Michael Rosenberg, 2006).

¹⁶ W. A. Hootsuite, & Social, *Digital 2021 Indonesia.*, 2021.

Salah satu media massa yang merintis dunia digital adalah media radio. Pendengar radio saat ini sudah dapat mengakses siaran radio lewat internet. Arah komunikasi antara pendengar dengan media massa sudah terjalin secara interaktif. Khalayak tetap dapat menggunakan media sosial bersamaan dengan mendengarkan siaran radio secara online.¹⁷ Ditengah maraknya media baru di era digital saat ini, media radio masih dapat bertahan karena menjadi garda terdepan dalam penyampaian informasi yang akurat dan aktual. Mediamorfosis tersebut menunjukkan terdapat hubungan antara media lama dan media baru. Konsep yang dikembangkan oleh Roger Fidler pada tahun 1997 tentang perkembangan media yang semakin pesat dalam beberapa dekade terakhir ini, memunculkan banyak pertanyaan mengenai darimana *new media* dan apa akibat yang ditimbulkan dari adanya media baru terhadap media yang sudah lebih dulu ada dan dipakai manusia.¹⁸

Tahapan perkembangan media yaitu komunikasi verbal, nonverbal dan bahasa digital menjadi prinsip mediamorfosis meliputi koevolusi, konvergensi dan kompleksitas.¹⁹ Konsep mediamorfosis pada prinsip koevolusi merupakan dominasi bahasa yang berarti tanda, symbol dan kode sebagai penyampai pesan. Terjadi perubahan paradigma revolusi digital yang menganggap media baru akan menggeserkan media lama menjadi paradigma konvergensi yang berasumsi media lama berinteraksi dengan media baru secara kompleks. Kompleksitas dalam mediamorfosis, akan berdampak pada transformasi

¹⁷ R. Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media., 2015).

¹⁸ J. Severin, Werner J. & James W. Tankard, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Dan Terapan Di Dalam Media Massa* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group., 2011).

¹⁹ A. W Prihartono, "Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos).," *Bulletin of Electrical Engineering and Informatics*, 4, no. 1 (2016): 105–116.

suatu media dan memberikan gagasan-gagasan baru dalam menghidupkan sistem-sistem media massa.

Era keterbukaan informasi saat ini menjadikan khalayak dengan mudah dapat mengakses informasi dari berbagai media yang berbasis teks, audio, dan video yang disebut dengan *digital content*. Melalui *digital content*, beragam format baik teks atau tulisan, gambar, video, audio atau kombinasinya diubah dalam bentuk digital, sehingga konten tersebut dapat dibaca dan mudah dibagi melalui *platform* media digital seperti laptop, tablet bahkan *smartphone*. Media baru ini meliputi sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur), dan sistem pengendalian (oleh komputer). Dengan demikian siaran radio dapat dinikmati melalui website radio dengan menggunakan jaringan internet

Hal ini mendorong munculnya radio dakwah secara signifikan dalam dua dekade terakhir. Fenomena ini menggambarkan munculnya agama dalam ruang publik dan kontestasi ideologi keagamaan di ranah siaran. Fenomena ini juga menunjukkan siaran dakwah di berbagai media radio dengan berbagai program bahkan dikemas secara interaktif menjadi daya tarik sendiri. Radio dengan berbagai karakteristik dan upaya menyiasatinya tersebut menjadi alternatif memanfaatkan keunggulannya dalam berdakwah. Penting juga untuk memperhatikan perencanaan dakwah yang meliputi penentuan durasi, kemasan, frekuensi serta mengoptimalkan daya tarik radio. Kombinasi unsur-unsur tersebut menghasilkan program dakwah yang dirancang secara strategis sehingga tujuan dakwah dapat tercapai secara maksimal.²⁰

²⁰ Santi Indra. Astuti, "Pemanfaatan Radio Sebagai Media Dakwah, Jawaban Atas Tantangan Berdakwah Di Era Globalisasi," *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan* 16, no. 3 (2000): 240-250.

Teknologi komunikasi yang berkembang pesat saat ini memunculkan beragam inovasi baru pada media. Salah satunya adalah konvergensi media yang menggabungkan media massa dengan teknologi digital. Konvergensi media yang paling diminati adalah radio *streaming* yang memberikan kemudahan bagi pendengar dimana saja dapat menikmati siarannya. Di era digital saat ini, radio *streaming* dapat diakses melalui *smartphone*. Dakwah digital memberikan peluang pada aspek struktur dan kultur. Pada aspek struktur, penguatan dakwah dimaksudkan pada dakwah digital yang melembaga. Sedangkan secara kultur memberikan penguatan pada sumber daya da'i yang memiliki kemampuan praksis untuk menunjang performa dakwah.

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini yaitu Pupu Jamilah, Yessi Sri Utami, Endrian Kurniadi (2021) berjudul: Evaluasi akhir strategi komunikasi stasiun radio dalam menghadapi konvergensi media (studi kasus pada pt. Radio tjandra buana suara fm cianjur), menunjukkan bahwa penggabungan media konvensional dengan media internet sebagai konvergensi media dilakukan melalui siaran on air juga media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, website, dan aplikasi radio streaming. Hal ini dilakukan sebagai strategi membangun citra dan promosi media radio.²¹ Sedangkan Enjang Muhaemin (2017) dengan penelitiannya yang berjudul: "Dakwah Digital Akademisi Dakwah" menjelaskan bahwa para da'i ditengah medan dakwah dunia maya saat ini harus menguasai teknis penggunaan internet selain pendalaman ilmu agama dan dakwah. Realitas yang ada menunjukkan

²¹ and Endrian Kurniadi. amilah, Pupu, Yessi Sri Utami, "EVALUASI AKHIR STRATEGI KOMUNIKASI STASIUN RADIO DALAM MENGHADAPI KONVERGENSI MEDIA (Studi Kasus Pada PT. Radio Tjandra Buana Suara FM Cianjur)," *MEDIA BINA ILMIAH* 15, no. 2 (2021): 4061–4066.

pemahaman da'i tentang internet sudah mencukupi akan tetapi masih minim dalam penguasaan. Untuk itu penting kiranya da'i mendapatkan pelatihan dengan infrastruktur yang memadai termasuk akses jaringan internet dan membentuk pengelolaan yang professional.²²

Penelitian yang berjudul: "Dakwah di Era Digital" oleh Wahyu Budiantoro (2017) menjelaskan bahwa era digital memunculkan gegar budaya Ketika masyarakat terhanyut dalam arus informasi. Dakwah di era digital harus mengakomodir kebutuhan masyarakat yang cenderung bergerak ke masyarakat massa sehingga diperlukan metode yang lebih inovatif/ Konsekuensinya da'i harus melakukan pengembangan soft skill dan kapabilitas teknologi. Dampaknya dakwah bisa menjadi lebih modern dan praktis dari segi metode dan materi. Seliain itu memberikan peluang bagi da'i untuk mampu merekam seluruh aktivitas, termasuk dinamika kehidupan keislaman. Dakwah digital harus disertakan dalam kurikulum pembelajaran sehingga semangat intelektual dan budaya yang tumbuh subur di pesantren dapat diadaptasi dan bersaing di dunia global.²³ Sedangkan Goni, Faisal, Ahmas S. Rustan, and Muhammad Qadaruddin (2016) dengan penelitian berjudul: "Dakwah Melalui Radio (Analisis Program Konsultasi Agama Islam Di Radio Mesra Fm)". Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran radio sebagai media informasi sangat penting dalam penyebaran nilai-nilai Islam. Umat Islam memiliki tanggungjawab untuk meyebarkan kebenaran secara luas, karena itu sangat penting adanya radio berbasis Islam. Pada radio Mesra FM, program acara konsultasi Islam menjadi media dakwah yang disiarkan satu

²² Enjang Muhaemin, "Dakwah Digital Akademisi Dakwah.," *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (2017): 341-356.

²³ Wahyu Budiantoro, "Dakwah Di Era Digita," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 11, no. 2 (2917): 263-281.

minggu sekali setiap hari jum'at. Program ini dinilai sangat bermanfaat bagi masyarakat, karena melalui program ini masyarakat dapat menanyakan berbagai permasalahan yang terkait dengan pengamalan agama Islam.²⁴

Penelitian Fauzi (2016) dengan judul: "Pengaruh mendengar acara dialog agama Islam di Radio Republik Indonesia terhadap pengamalan agama masyarakat di Muara Dua Lhokseumawe" menjelaskan salah satu faktor yang mempengaruhi pengamalan agama masyarakat di Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe adalah mendengarkan program acara dialog agama Islam di RRI. Sangat besar andil radio dalam menyebarkan ajaran Islam dan dapat mempengaruhi pengamalan masyarakat. Program acara tersebut disiarkan RRI Lhokseumawe setiap hari jumat dengan format interaktif, sehingga masyarakat dapat bertanya langsung dengan narasumber terkait dengan ajaran Islam.²⁵ Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji optimalisasi radio sebagai media dakwah di era digital.

Metode Penelitian

Suatu karya ilmiah memerlukan landasan untuk mengeksposisi suatu masalah melalui metode penelitian, sehingga secara jelas dan mudah dipahami paparan dari masalah tersebut. Begitu juga dengan penelitian ini yang menggunakan jenis penelitian kepustakaan dan pendekatan kualitatif. Penelitian ini mendasarkan pengumpulan data melalui kajian kepustakaan dan

²⁴ and Muhammad Qadaruddin Goni, Faisal, Ahmas S. Rustan, "Dakwah Melalui Radio (Analisis Program Konsultasi Agama Islam Di Radio Mesra Fm)," *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah* 6, no. 1 (2016): 1-19.

²⁵ Fauzi, "Pengaruh Mendengar Acara Dialog Agama Islam Di Radio Republik Indonesia Terhadap Pengamalan Agama Masyarakat Di Muara Dua Lhokseumawe.," *Pekommas* 1, no. 1 (2016): 33-44.

menelitian pada objek yang alamiah.²⁶ Sedangkan literatur yang dikaji dalam penelitian ini adalah buku-buku dan jurnal yang terkait dengan radio dan dakwah. Buku-buku dan jurnal serta literatur lainnya menjadi sumber data dalam penelitian ini. Sedangkan untuk mengoreksi keabsahan data penelitian tersebut dilakukan triangulasi sumber data. Cara yang dilakukan adalah dengan mencari literatur terkait radio dan dakwah dari berbagai sumber literatur. Kemudian data dianalisis secara deskriptif dengan menginterpretasikan berbagai sumber literatur terkait radio dan dakwah. Konsep-konsep tentang radio dan dakwah secara sistematis dideskripsikan sebagaimana sistematika pembahasan yang digunakan.²⁷

Hasil dan Pembahasan

Peran Radio dalam Dakwah

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang menguasai manusia menjadi alasan syiar agama juga harus memperkuat perannya dalam masyarakat. Dalam hal ini, dakwah juga harus mengembangkan fungsinya dengan memanfaatkan teknologi digital sehingga dapat menjawab berbagai persoalan masyarakat yang semakin kompleks. Salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan dalam adalah media radio. Radio merupakan teknologi secara modulasi dan gelombang elektromagnetik digunakan untuk mentransfer sinyal.²⁸ Kelebihan radio yaitu memiliki jangkauan yang luas dengan biaya penyelenggaraan yang lebih murah dibandingkan media elektronik lain seperti televisi.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

²⁷ Muhajir, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasin, 2011), 55.

²⁸ A.S.M Romli, *Dasar-Dasar Siaran Radio* (Bandung: Nuansa, 2009).

Fungsi radio tidak hanya sebatas memberikan informasi dan hiburan, akan tetapi saat ini masyarakat telah menggunakannya untuk mendapatkan Pendidikan.²⁹ Aspek-aspek ini yang menjadi kesenderungan masyarakat untuk menggunakan media radio. Selain itu juga dikarenakan karakteristik radio sebagai *theater of mind* sehingga dengan kekuatan kata dan suara dapat menciptakan gambar dalam imajinasi pendengarnya. Kemampuan radio dalam menjangkau khalayak secara serentak dan bersamaan menjadi faktor efisiensi dalam dakwah. Efisiensi dan efektivitas dakwah melalui radio didukung oleh keunggulan-keunggulan radio yaitu:

1. Radio dapat menjangkau sasarannya secara langsung dalam arti tidak memerlukan proses yang rumit dan kompleks.
2. Radio dapat menjangkau sasarannya tanpa mengenal jarak dan rintangan sehingga pesan yang disampaikan dapat secara serentak dan seketika. Karena itu radio memiliki tingkat aktualitas yang tinggi dibandingkan media lainnya.
3. Radio memiliki kombinasi suara, musik dan efek suara sebagai daya tarik yang kuat yang terwujud melalui berbagai program siaran.³⁰

Keunggulan-keunggulan tersebut menjadikan peran radio sebagai wadah untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan khalayak yaitu kebutuhan informasi, hiburan dan pendidikan. Sebagai media massa, radio berfungsi untuk memberikan hiburan (*to entertain*), menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*) dan mempengaruhi (*to persuade*).³¹ Dalam hal

²⁹ H. A. Oramahi, *Jurnalistik Radio* (Jakarta: Erlangga, 2012), 17.

³⁰ Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran, Teori Dan Praktek* (Jakarta: Mandar Maju, 2016), 164.

³¹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019), 134.

ini radio harus mengandung muatan pesan informasi, musik dan bunyi-bunyian lain yang disusun dan ditata secara terpola sehingga menjadi suatu program acara yang menarik dan layak untuk diperdengarkan kepada khalayak.³² Radio banyak diminati khalayak sebagai penghibur di waktu luang atau ketika dalam perjalanan berkendara. Selain itu dengan fungsi mempengaruhi, radio juga dimanfaatkan sebagai wadah kegiatan propaganda. Informasi-informasi yang disebarkan oleh radio secara tidak langsung telah memberikan referensi kepada masyarakat dan membentuk keputusan politiknya. Karena itu, semakin besar dilansir informasi di radio, maka semakin besar pengaruh yang menerpa masyarakat.³³

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin pesat semakin mempertajam sepsifikasi dan diferensiasi dari media massa sehingga memunculkan keunggulan radi yang bersifat personal, rileks dan sederhana. Sifatnya yang personal menjadikan radio mampu menumbuhkan ikatan emosional secara pribadi dan memunculkan keakraban dengan pendengarnya. Selain itu radio juga memiliki segmentasi khalayak yang tajam tampak pada kata sapaan pada pendengar dan program-programnya yang dikemas dengan pendekatan demografi dan psikografi. Hal ini mengikis batasan jarak antara radio dengan khalayak melalui jalinan interaksi secara langsung dan timbal balik. Sifat radio yang lain yaitu rileks yang dapat dinikmati tanpa harus meluangkan waktu secara khusus atau konsentrasi yang tinggi. Selain itu radio juga bersifat sederhana baik dalam proses produksi acara maupun secara kelembagaan.

³² Triartanto. A.lus.Y, *Broadcasting Radio : Panduan Teori Dan Praktek* (Yogyakarta: Pustaka Book, 2010), 30–31.

³³ Mohammad Shoelhi, *Propaganda Dalam Komunikasi Internasional* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 28.

Karakteristik radio yang membedakannya dengan media massa lain adalah suara sebagai modal utamanya dan khalayak harus memvisualisasikan suara tersebut dalam benaknya, karena itu menjadi sarana penyebaran informasi tercepat dan hiburan. Radio juga bersifat merakyat karena biayanya yang murah dan mudah dibawa kemana saja. Akan tetapi informasi radio selintas dan tidak terdokumentasi sehingga sulit diingat.³⁴ Faktor yang mempengaruhi kekuatan siaran di radio, yaitu:

1. Daya langsung, radio sangat cepat dalam proses perancangan dan penyampaian pesan kepada pendengar.
2. Daya tembus, radio menjadikan pendengar dapat memindahkan saluran sehingga dapat mendengarkan siaran dari belahan dunia lain.
3. Daya tarik, radio memiliki tiga unsur yaitu suara atau kata-kata, musik dan efek suara sehingga radio sifatnya serba hidup dan efek suara memiliki dampak yang kuat terhadap pendengar.³⁵

Keunggulan media radio menjadi dasar dalam menyusun strategi dakwah melalui media. Mengingat terjadinya perubahan penyampaian syiar Islam di era globalisasi saat ini yang lebih pada pemanfaatan media. Maka fenomena perubahan ini harus disikapi oleh para da'i sehingga dakwah lebih efektif. Mengkombinasikan berbagai faktor-faktor penting dalam penataan pesan dakwah seperti timing, durasi, frekuensi dan penonjolan aspek-aspek auditif menjadi pertimbangan para da'i. Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan

³⁴ Masduki, *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter Dan Penyiar* (Yogyakarta: <http://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=10725#:~:text=Yogyakarta%20%3A-,LKIS%2C,-2004,2004>), 17.

³⁵ Elvinaro dan Lukito Komala Erdinaya. Ardianto, *Komunikasi Massa Satu Pengantar*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), 120.

pencapaian tujuan dakwah melalui media radio. Program dakwah yang dikemas berdasarkan pertimbangan kombinasi faktor-faktor tersebut menjadi bagian strategi dakwah melalui radio untuk meraih efek yang optimal pada khalayak.³⁶ Dakwah dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai media termasuk media radio. Karena dalam perkembangannya radio tidak lagi hanya sebagai media informasi, hiburan dan pendidikan tetapi juga sebagai media dakwah. Munculnya radio dakwah atau siaran-siaran dakwah banyak mendapat respon positif pada khalayak yang menunjukkan minat khalayak terhadap siaran dakwah. Program dakwah yang disiarkan melalui radio menunjukkan perannya dalam pengembangan dakwah. Dan peningkatan minat masyarakat terhadap suatu program siaran dakwah menjadikan program tersebut sebagai program unggulan menyaingi program lainnya.³⁷ Perkembangan teknologi media radio menjadi peluang sekaligus juga tantangan bagi para da'i, karena beragamnya media menjadikan dakwah cepat dan tepat pada sasarannya. Akan tetapi hal ini juga menjadi tantangan bagi para da'i untuk meningkatkan kemampuannya dan menghadapi persaingan dengan pengelola media lainnya.³⁸ Kepedulian terhadap hal tersebut menjadikan para da'i atau pengelola media radio untuk mempertahankan jati diri islami dan mencitrakan medianya dengan nilai-nilai islam. Hal ini menjadi keberanian untuk memberantas dekadensi moral yang menjadi dampak negatif perkembangan teknologi saat ini dengan

³⁶ Astuti, "Pemanfaatan Radio Sebagai Media Dakwah, Jawaban Atas Tantangan Berdakwah Di Era Globalisasi."

³⁷ Arwan Arwan, "Peranan Radio Ikmi Dalam Pengembangan Dakwah Islamiyyah Di Kota Pekanbaru," *Jurnal Kutubkhanah* 14, no. 1 (2011): 107–133.

³⁸ Aep Kusnawan, *Komunikasi Dan Penyiaran Islam* (Bandung: Benang Merah Press, 2004), x.

menggalakkan siaran-siaran pendidikan akhlak. Dakwah melalui radio berperan untuk:

1. Memberikan pelajaran agama (teaching) yang bertujuan menyampaikan pelajaran tentang ilmu agama sebagaimana ilmu lainnya kepada pendengar. Dengan mengikuti siaran tersebut maka pendengar tertarik untuk meningkatkan keimanannya dan menjalankan agama dengan penuh keyakinan.
2. Menyebarkan agama (speading) yang dapat diartikan sebagai propaganda untuk menarik perhatian khalayak atau pendengar di;uar lingkup informatif edukatif. Dalam konteks ini dideskripsikan bahwa agama yang dibawakan adalah yang paling baik tanpa harus menjelek-jelekan agama lain. Kesempurnaan agama tersebut harus dapat dibuktikan bahwa agama tersebut dapat menjamin kebenaran.
3. Sebagai tuntunan agama (*evagelion*) merupakan suatu upaya yang sangat diharapkan oleh masyarakat dan dapat dilakukan melalui Pendidikan atau propaganda. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan tuntunan sebagai bekal hidup dalam beragama.³⁹

Pemanfaatan media radio sebagai media dakwah sesuai dengan tantangan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dan mempertimbangkan struktur juga tingkatan masyarakat baik dari aspek geografis, sosiologis, ekonomis, politis maupun antropologis. Hal ini dimaksudkan sebagai usaha untuk mengembangkan media dakwah sehingga kegiatan dakwah dapat lebih

³⁹ Ahmad Buwaethy, "Dakwah Dan Media Elektronik" (n.d.), <http://bimasislam.depag.go.id>, diakses 6 Maret 2022.

efektif dan efisien. Di era digital saat ini keberadaan radio masih tetap eksis dan bertahan ditengah pilihan beragam fitur dan media lainnya. Selain itu, radio juga melakukan transformasi melalui streaming atau siaran langsung di facebook menjadikan dirinya online. Hal ini tidak hanya menjadikan radio tidak hanya dapat dinikmati secara audio tetapi juga visual.⁴⁰

Tantangan Dakwah di Era Digital

Era digital memberikan kemudahan kepada masyarakat secara cepat menjangkau segala sesuatu dan hal yang tidak terpisahkan adalah penggunaan internet. Internet tersebut menjadikan batasan-batasan jarak dan waktu diantara penggunanya hampir tidak ada lagi. Interaksi diantara pengguna internet dapat terjadi sampai keseluruh belahan dunia. Era digital yang berkembang saat ini memberikan pengaruh pada media dakwah melalui berbagai platform sehingga lebih mudah dijangkau. Pada dasarnya pemanfaatan media digital ini dapat mengoptimalkan kegiatan dakwah sehingga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan dakwah.

Dakwah di era digital dengan memanfaatkan berbagai media salah satunya media radio memiliki tantangan tersendiri bagi para da'i. Saat ini tantangan dakwah setidaknya berkaitan dengan akses globalisasi dan kenyataan pluralitas agama. Hal ini dikarenakan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah mentransformasikan peradaban manusia dari kultur pertanian ke industri kemudian ke abad informasi dan komunikasi. Determinasi di era digital saat ini adalah kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi yang ironisnya menjadikan sekat-sekat sosio-kultural bangsa

⁴⁰ RAHMAWATI, "PELUANG DAN TANTANGAN DAKWAH DI ERA TEKNOLOGI MODERN (STUDI PADA MEDIA RADIO DEWI ANJANI 104.6 FM LOMBOK TIMUR)" (UIN Mataram, 2021), vi, <http://etheses.uinmataram.ac.id/2077/>.

bahkan telah mengaburkan batas-batas geografis negara. Era digital menjadikan media internet telah dimanfaatkan sebagai media dakwah dan hal ini merupakan tantangan dalam meningkatkan dan memperkuat cakrawala dakwah.

Kekuatan media internet tersebut sangat potensial untuk dimanfaatkan bagi pengembangan dakwah, maka para da'i dan umat Islam harus mampu menguasai dan memanfaatkan media digital secara maksimal. Saat ini dakwah dapat dilakukan dengan memanfaatkan fasilitas digital seperti radio. Melalui media radio dapat dilakukan improvisasi oleh para da'i dengan mengkombinasikan materi dakwahnya dengan selingan humor dan hal-hal lain sehingga lebih menarik. Orientasi dakwah yang diperankan para da'i tidak terlepas dari peran radio yang tidak dapat dilepaskan sebagai

Media radio tidak terlepas dari perannya sebagai media hiburan sehingga orientasi dakwah yang diperankan pada da'i juga semakin berkembang bahkan cenderung menjadi bias. Media massa sebagai sarana hiburan menjadikan para da'i menemukan popularitas dari khalayak sebagaimana seorang selebritis atau publik figure. Bahkan setiap kegiatan dakwahnya tidak menutup kemungkinan sering dinilai dengan materi.⁴¹ Selain pemanfaatan media massa sebagai media dakwan, tantangan di era digital terkait dengan perubahan masyarakat. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadikan manusia lebih individualis dengan hanya mepedulikan kepentingan diri sendiri dan tidak menghiraukan kepentingan orang lain. Manusia semakin kompetitif dan disibukkan untuk memenuhi kebutuhannya

⁴¹ Nur Ahmad, "TANTANGAN DAKWAH DI ERA TEKNOLOGI DAN INFORMASI (Formulasi Karakteristik, Popularitas Dan Materi Di Jalan Dakwah)," *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2013): 19–44.

bahkan mengalami krisis moral dengan meninggalkan ibadah serta amalan lainnya.

Era digital menjadikan dakwah melalui media sebagai suatu keniscayaan, mengingat situasi dan kondisi masyarakat telah terintegrasi dalam segala sendi kehidupannya. Derasnya arus informasi melalui media digital menghilangkan batas ruang dan waktu sehingga dunia seakan menjadi sempit. Pada satu aspek hal ini menjadi tantangan berat bagi perkembangan dakwah. Karena itu para da’i harus mengambil peluang tersebut dengan mengupgrade kemampuannya dalam menguasai teknologi.⁴² Karena era ini merupakan era serba instan bahkan para da’i dapat menyebarkan dakwahnya melalui berbagai media. Hal ini menjadi paradigma baru untuk keberhasilan kegiatan dakwah dimana banyak masyarakat yang memanfaatkan internet. Karena itu faktor utama keberhasilan dakwah atau diterimanya pesan-pesan daakwah tidak lagi terletak pada da’i, akan tetapi mad’u yang aktif mencari, mengolah dan memaknai pesan-pesan dakwah yang diterimanya.

Mad’u sebagai pengguna internet dalam aktivitas dakwah tidak hanya sebatas mencari akan tetapi juga ikut andil dalam menyebarkan kembali (share) dan menambahkan pesan tersebut sesuai dengan pemahaman mereka. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keberadaan internet sebagai media dakwah merupakan sebuah kebutuhan di era digital ini. Pemanfaatan teknologi digital memberikan kemudahan bagi khalayak untuk mendapatkan materi dakwah kapan dan dimana saja dengan pilihan tema yang sesuai dengan kebutuhan dan da’i yang disukainya. Dakwah digital merupakan trend

⁴² Abdul Karim, “DAKWAH MELALUI MEDIA: Sebuah Tantangan Dan Peluang,” *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016): 157–172.

dan menjadi tuntutan karena dapat menembus batas ruang dan waktu serta banyak pilihan platform media yang dapat digunakan.

Media dakwah digital dianggap efektif karena dapat mentransformasi pengetahuan keagamaan kepada khalayak bahkan dapat dikolaborasi dengan media lainnya. Selain itu dapat mendiseminasikan konten audio baik individu maupun lembaga sehingga dapat diakses secara aman dan nyaman. Strategi dakwah melalui media digital yang penting diperhatikan adalah dengan mengenal karakteristik mad'u, menyusun pesan dakwah secara menarik, menggunakan metode dan media yang sesuai dengan sasaran.⁴³ Pada era digital kemudahan dan kecepatan untuk mendapatkan informasi menjadi tuntutan yang sangat terlihat saat ini. Namun, belum semuanya memanfaatkan media digital dalam kegiatan dakwah, karena itu penting untuk meningkatkan dan mengoptimalkan penggunaannya. Selain itu penting untuk memberikan pemahaman kepada generasi milenial untuk cermat dalam memilih akun-akun dakwah karena tidak semua benar pesan dakwah yang diterima dari media digital. Untuk menghadapi tantangan dakwah di era digital dapat dilakukan dengan penguasaan dan pendalaman ilmu agama, mengenal media digital yang berkembang saat ini dan mengcounter atau menjaga agama dari paham-paham yang menyesatkan.⁴⁴ Strategi untuk mengoptimalkan dakwah melalui media digital adalah menanamkan kepercayaan dan menyebarkan pemahaman agama kepada khalayak, menyebarkan dakwah dengan membuat konten-konten yang sesuai melalui

⁴³ M. Khairurromadhan Ummah, Athik Hidayatul, M. Khairul Khatoni, "Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan," *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 12, no. 2 (2020): 210-234.

⁴⁴ Achmad. Husain, "Dakwah Islamiyah Dan Tantangannya Di Era Digital," *I-Munqidz: Jurnal Kajian Keislaman* 8, no. 1 (2020): 104-118.

berbagai platform media secara terstruktur serta menggunakan website untuk menjawab permasalahan keagamaan yang dihadapi masyarakat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan:

1. Peran radio dalam dakwah adalah menyampaikan pelajaran tentang ilmu agama kepada pendengar sehingga dapat meningkatkan keimanan dan mengamalkan keyakinannya tersebut. Selain itu juga untuk menyebarkan agama atau propaganda tanpa harus menjelak-jelakkan agama lain. Dan peran lain adalah menjadi tuntunan dalam, beragama kepada pendengar.
2. Tantangan dakwah di era digital adalah peningkatan kemampuan para da'i dalam mengauasai berbagai platform media untuk perkembangan kegiatan dakwah. Selain itu juga penting untuk mengoptimalkan media digital sebagai media dakwah dan memberikan pemahaman kepada generasi digital untuk cermat dalam memilih akun dakwah yang benar.

Referensi

- Alhidayatillah, Nur. "Dakwah Dinamis Di Era Modern (Pendekatan Manajemen Dakwah)." *Jurnal An-Nida'* 41, no. 2 (2018): 265-276.
- amilah, Pupu, Yessi Sri Utami, and Endrian Kurniadi. "EVALUASI AKHIR STRATEGI KOMUNIKASI STASIUN RADIO DALAM MENGHADAPI KONVERGENSI MEDIA (Studi Kasus Pada PT. Radio Tjandra Buana Suara FM Cianjur)." *MEDIA BINA ILMIAH* 15, no. 2 (2021): 4061-4066.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukito Komala Erdinaya. *Komunikasi Massa Satu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005.
- Arwan, Arwan. "Peranan Radio Ikmi Dalam Pengembangan Dakwah Islamiyyah Di Kota Pekanbaru." *Jurnal Kutubkhanah* 14, no. 1 (2011): 107-

- 133.
- Astuti, Santi Indra. "Pemanfaatan Radio Sebagai Media Dakwah, Jawaban Atas Tantangan Berdakwah Di Era Globalisasi." *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan* 16, no. 3 (2000): 240-250.
- Basit, Abdul. *Dakwah Antar Individu: Teori Dan Aplikasi*. Purwokertp: TENTREM KARYA NUSA, 2017.
- . "Dakwah Cerdas Di Era Modern." *Jurnal Komunikasi Islam* 3, no. 1 (2013): 76-94.
- Budiantoro, Wahyu. "Dakwah Di Era Digita." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 11, no. 2 (2017): 263–281.
- Buwaethy, Ahmad. "Dakwah Dan Media Elektronik" (n.d.). <http://bimasislam.depag.go.id>, diakses 6 Maret 2022.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019.
- Effendy, Onong Uchjana. *Radio Siaran, Teori Dan Praktek*. Jakarta: Mandar Maju, 2016.
- Elvinaro Ardianto. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Fauzi. "Pengaruh Mendengar Acara Dialog Agama Islam Di Radio Republik Indonesia Terhadap Pengamalan Agama Masyarakat Di Muara Dua Lhokseumawe." *Pekommas* 1, no. 1 (2016): 33–44.
- Goni, Faisal, Ahmas S. Rustan, and Muhammad Qadaruddin. "Dakwah Melalui Radio (Analisis Program Konsultasi Agama Islam Di Radio Mesra Fm)." *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah* 6, no. 1 (2016): 1-19.
- Hootsuite, & Social, W. A. *Digital 2021 Indonesia.*, 2021.
- Husain, Achmad. "Dakwah Islamiyah Dan Tantangannya Di Era Digital." *I-Munqidz: Jurnal Kajian Keislaman* 8, no. 1 (2020): 104–118.
- Karim, Abdul. "DAKWAH MELALUI MEDIA: Sebuah Tantangan Dan Peluang." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016): 157–172.
- Khoiruddin, Khoiruddin. "Aktualisasi Dakwah Dalam Perspektif Transformasi Sosial." *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi* 8, no. 1 (2015): 123–134.
- Kusnawan, Aep. *Komunikasi Dan Penyiaran Islam*. Bandung: Benang Merah Press, 2004.
- Masduki. *Jurnalistik Radio : Menata Profesionalisme Reporter Dan Penyiar*. Yogyakarta: <http://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=10725#:~:text=Yogyakarta%20%3A-,LKIS%2C,-2004,2004>.
- Muhaemin, Enjang. "Dakwah Digital Akademisi Dakwah." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (2017): 341-356.

- Muhajir. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin, 2011.
- Nasor, Muhammad. "Optimalisasi Fungsi Radio Sebagai Media Dakwah." *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama* 12, no. 1 (2017): 105-128.
- Nasrullah, R. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Siosoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media., 2015.
- Nur Ahmad. "TANTANGAN DAKWAH DI ERA TEKNOLOGI DAN INFORMASI (Formulasi Karakteristik, Popularitas Dan Materi Di Jalan Dakwah)." *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2013): 19-44.
- Oramahi, H. A. *Jurnalistik Radio*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Prihartono, A. W. "Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos)." *Bulletin of Electrical Engineering and Informatics*, 4, no. 1 (2016): 105-116.
- RAHMAWATI. "PELUANG DAN TANTANGAN DAKWAH DI ERA TEKNOLOGI MODERN (STUDI PADA MEDIA RADIO DEWI ANJANI 104.6 FM LOMBOK TIMUR)." UIN Mataram, 2021. <http://etheses.uinmataram.ac.id/2077/>.
- Romli, A.S.M. *Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung: Nuansa, 2009.
- Severin, Werner J. & James W. Tankard, J. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, Dan Terapan Di Dalam Media Massa* (. Jakarta: Kencana Prenada Media Group., 2011.
- Shoelhi, Mohammad. *Propaganda Dalam Komunikasi Internasional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.
- Straubhaar, Joseph, Robert LaRose, L., & Davenport. *Media Now: Communications Media in the Information Age*. Michael Rosenberg, 2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Syulrianto. "Dakwah Kultural: Kasus Penyebaran Islam Di Jawa." *Jurnal Dakwah, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga*, no. 4 (2002): 118.
- Triartanto. A.Ius.Y. *Broadcasting Radio: Panduan Teori Dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Book, 2010.
- Ummah, Athik Hidayatul, M. Khairul Khatoni, M. Khairurromadhan. "Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan." *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 12, no. 2 (2020): 210-234.