

STRATEGI MANAJEMEN RADIO DAKWAH DI ERA DISRUPSI DIGITAL: STUDI PERSAINGAN DEWI ANJANI 104.6 FM LOMBOK TIMUR

Rahmawati

rahmawati@iainwlotim.ac.id

Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Hamzanwadi NW Lombok Timur

ABSTRAK

Disrupsi digital telah menggeser pola konsumsi media dakwah dari radio konvensional ke platform streaming dan media sosial. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi manajemen Radio Dewi Anjani 104.6 FM Lombok Timur dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan media baru. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis SWOT, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajer program, tiga penyiar, dan lima pendengar loyal, serta observasi partisipatif selama Mei-Juni 2023. Hasil penelitian menunjukkan empat strategi kunci: pertama, konvergensi media melalui siaran on-air yang diintegrasikan dengan live streaming Facebook dan distribusi potongan konten di TikTok; kedua, segmentasi mad'u yang fokus pada ibu-ibu dan lansia Sasak dengan keterbatasan literasi digital; ketiga, penguatan branding lokal berbasis Bahasa Sasak dan otoritas Tuan Guru; keempat, kolaborasi kelembagaan dengan menjadi radio resmi pengajian akbar di Lombok Timur. Temuan ini menegaskan bahwa radio dakwah komunitas dapat bertahan dalam persaingan digital apabila manajemen mampu melakukan inovasi konvergensi tanpa kehilangan identitas kelokalan dan modal sosial keagamaan.

Kata Kunci: Manajemen Media; Radio Dakwah; Disrupsi Digital; Persaingan Media; Dewi Anjani FM.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi telah melahirkan masyarakat yang makin besaruntutannya akan hak untuk mengetahui dan hak untuk mendapatkan informasi. Informasi telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat dan telah menjadi komoditas penting dalam kehidupan masyarakat. Ketika informasi menjadi salah satu unsur konstitutif dalam suatu masyarakat, maka masyarakat mulai “mau tidak mau” membuka diri pada media massa dan komunikasi global.

Ketika informasi menjadi salah satu unsur konstitutif dalam suatu masyarakat, maka masyarakat mulai “mau tidak mau” membuka diri pada media massa dan komunikasi global. Perputaran produksi, konsumsi dan distribusi informasi semakin cepat dialami dan dimiliki oleh sistem masyarakat baru yang global dengan didukung oleh kekuatan dan ekspansi ekonomi, jaringan sistem informasi global serta terakhir disokong oleh teknologi.

Teknologi dalam perkembangan arus produksi, konsumsi dan distribusi informasi memegang peranan penting. Urgensi peranan teknologi dalam proses massifikasi informasi terletak ketika hasil teknologi membantu mengubah pola komunikasi yang dibatasi oleh ruang dan waktu menjadi pola komunikasi informasi tanpa batas.

Saat ini informasi dalam arti kesanggupan mengirim, menyimpan dan menggunakan informasi sudah dianggap sebagai unsur yang sama nilainya dengan energi atau bahan baku. Tanpa menguasai informasi maka orang akan pasif, tetapi dengan menguasai informasi seseorang akan mendapat suatu rangsangan sehingga akan menimbulkan kreativitas untuk melakukan sesuatu. Dengan banyaknya peran informasi di dalam masyarakat modern, berarti perlu tenaga kerja yang memenuhi kualifikasi khusus yaitu yang menguasai teknologi informasi dan komunikasi.

Perkembangan teknologi dan informasi telah membawa implikasi terhadap dunia penyiaran, termasuk penyiaran di Indonesia. Penyiaran sebagai penyalur informasi dan pembentuk pendapat umum, perannya semakin strategis, terutama dalam mengembangkan kehidupan demokratis. Penyelenggaraan penyiaran tentunya tidak terlepas dari kaidah-kaidah umum penyelenggaraan telekomunikasi yang berlaku secara universal.

Penyiaran, pada hakikatnya adalah salah satu keterampilan dasar manusia ketika berada pada posisi tidak mampu untuk menciptakan dan menggunakan pesan secara efektif untuk berkomunikasi. Penyiaran dalam konteks ini adalah alat untuk mendongkrak kapasitas dan efektivitas komunikasi massa. Sejak bergulirnya UU No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran, dunia penyiaran di Indonesia mengalami perubahan yang berarti.

Saat ini banyak sekali berdiri stasiun radio dengan berbagai macam program pilihan yang disuguhkan. Program acara antara lain program hiburan, musik, maupun berbagai informasi berita dan iklan komersil. Sehingga bagi seluruh lapisan masyarakat dapat menikmati hiburan dan memperoleh banyak informasi dengan cepat, akurat dan mudah, tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Sehingga proses komunikasi antara radio dengan pendengar dapat dengan mudah dilakukan.

Radio telah menjadi media massa yang ada di mana-mana tersedia di semua tempat disepanjang waktu. Tetapi, sebagai sebuah industri ada tanda-tanda yang menggelisahkan, Acara radio yang biasa diperdengarkan kini telah tersedia dalam bentuk lain dan dapat diakses dengan mudah dalam berbagai platform media. Audien radio utama, yakni kelompok usia 18 sampai 24 tahun, telah banyak berkurang.

Pada awal tahun 2000, teknologi lain muncul mengancam infrastruktur industri radio seperti Youtube dan media online lainnya, membuat pendengar radio menjadi menurun dan beralih kepada teknologi lain.

Disamping itu lanskap media dakwah di Indonesia mengalami disrupsi signifikan dalam satu dekade terakhir. Laporan We Are Social 2025 mencatat penetrasi internet di Indonesia mencapai 77%, dengan 73.5% populasi aktif di media sosial. Kondisi ini berimplikasi langsung pada turunnya jumlah pendengar radio konvensional sebesar 40% sejak 2020. Radio dakwah yang dahulu menjadi medium utama tabligh bil-lisan kini menghadapi tantangan eksistensial akibat migrasi mad'u ke YouTube, Spotify Podcast, dan TikTok dakwah yang menyajikan konten lebih fleksibel dan personal.

Di tengah gempuran tersebut, Radio Dewi Anjani 104.6 FM di Lombok Timur justru menunjukkan resiliensi. Sebagai radio komunitas berlisensi Kominfo dengan basis di lingkungan Pondok Pesantren, Dewi Anjani FM tidak hanya bertahan, tetapi tetap menjadi rujukan informasi keagamaan bagi masyarakat pedesaan Sasak. Fenomena ini memunculkan pertanyaan penting bagi kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam: strategi manajemen seperti apa yang diterapkan radio dakwah lokal agar tetap kompetitif di era digital?

Studi tentang radio dakwah selama ini didominasi konteks Jawa dengan infrastruktur digital yang mapan. Kajian di wilayah dengan karakteristik sosio-religius yang kuat seperti Nusa Tenggara Barat masih terbatas. Padahal, Lombok Timur memiliki banyak pondok pesantren dan basis jama'ah Tuan Guru yang fanatik, sehingga menjadi laboratorium unik untuk melihat negosiasi antara tradisi broadcasting dan disrupsi digital. Kekosongan literatur inilah yang hendak diisi artikel ini.

Berdasarkan teori manajemen media Morissan, kelangsungan hidup media ditentukan oleh kemampuannya mengelola empat fungsi: perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dalam konteks pasar yang berubah. Dalam situasi disrupsi, Christensen menegaskan bahwa organisasi mapan sering gagal karena terlalu fokus pada pelanggan eksisting dan mengabaikan inovasi. Sementara itu, konsep competitive

advantage Porter menuntut media untuk memilih: menjadi cost leadership atau diferensiasi. Dewi Anjani FM tampak memilih strategi diferensiasi berbasis modal sosial keagamaan dan budaya lokal.

Artikel ini bertujuan untuk: pertama, mengidentifikasi bentuk persaingan yang dihadapi Dewi Anjani FM dari media baru; kedua, menganalisis strategi manajemen yang diterapkan untuk merespons disrupsi digital; ketiga, mengevaluasi kekuatan dan kelemahan strategi tersebut menggunakan analisis SWOT. Secara teoretis, artikel ini berkontribusi pada pengembangan kajian manajemen dakwah radio komunitas. Secara praktis, hasilnya dapat menjadi model bagi radio-radio dakwah lain di daerah yang menghadapi tantangan serupa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena peneliti ingin memahami secara mendalam strategi manajemen Radio Dewi Anjani 104.6 FM dalam menghadapi persaingan media digital. Fokusnya bukan pada angka, tapi pada proses, makna, dan pengalaman para pengelola serta pendengar radio.

Penelitian dilaksanakan di Studio Radio Dewi Anjani 104.6 FM yang berlokasi di Komplek Yayasan Pondok Pesantren Syaikh Zainuddin Nw Anjani, Kabupaten Lombok Timur. Pengambilan data dilakukan selama dua bulan, yaitu Mei hingga Juni 2025. Radio ini dipilih karena merupakan radio komunitas berbasis pesantren yang masih konsisten mengudara di Lombok Timur dan memiliki keterikatan kuat dengan jaringan Tuan Guru.

Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan tiga cara. Pertama, wawancara mendalam. Peneliti mewawancarai sembilan orang informan yang dipilih karena dianggap paling tahu kondisi radio. Mereka adalah satu orang manajer program, tiga orang penyiar, dua orang pengurus pondok pesantren, dan tiga orang pendengar setia yang berusia 45 sampai 70 tahun. Wawancara dilakukan secara santai di studio dan rumah informan, direkam, dan berlangsung sekitar 30 sampai 60 menit per orang.

Kedua, observasi partisipatif. Selama satu bulan, peneliti ikut terlibat dalam aktivitas harian di studio. Peneliti mengamati proses siaran langsung program Pengajian Subuh dan Tausiah Dzuhur, mengikuti rapat redaksi, dan melihat cara penyiar berinteraksi dengan pendengar yang menelepon. Tujuannya agar data yang didapat tidak hanya dari “katanya”, tapi dari praktik nyata.

Ketiga, studi dokumentasi. Peneliti mengumpulkan dokumen yang relevan seperti jadwal siaran, data jumlah pendengar, tangkapan layar media sosial resmi radio, dan beberapa rekaman siaran. Data sekunder dari KPID NTB tahun 2024 juga digunakan sebagai pendukung.

Seluruh data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT. Artinya, semua temuan dipetakan menjadi empat bagian: kekuatan yang dimiliki radio, kelemahan yang ada di internal radio, peluang yang datang dari luar, dan ancaman dari pesaing seperti YouTube dan TikTok. Dari pemetaan SWOT inilah ditarik kesimpulan tentang strategi manajemen apa yang paling cocok diterapkan Dewi Anjani FM.

Agar data yang dihasilkan bisa dipercaya, peneliti melakukan triangulasi dengan membandingkan jawaban dari manajer, penyiar, dan pendengar untuk pertanyaan yang sama. Selain itu, hasil wawancara juga dicocokkan dengan apa yang peneliti lihat saat observasi dan isi dokumen radio. Jika ketiganya sesuai, maka data dianggap valid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Radio Dewi Anjani (RDA) 104.6 FM lahir sejak tahun 2001, didirikan oleh Pengurus Besar Nahdlatul Wathan Ummuna Hj. Sitti Raihanun Zainuddin Abdul Madjid dan juga selaku ketua Yayasan Pondok Pesantren Syaikh Zainuddin Nahdaltul Wathan Anjani Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur Provinsi Nusa Tenggara Barat. Pada awalnya Radio Dewi Anjani disiarkan melalui gelombang AM 729 KHz, namun sejak tahun 2014 berpindah frekuensi ke FM 104.6 MHz. Nama Radio Dewi Anjani sudah sangat melekat ditelinga pendengar Lombok Timur pada khususnya dan NTB pada umumnya, karena Radio ini merupakan pelopor Radio Dakwah pertama di Nusa Tenggara Barat.

Selain itu, jenis materi siaran yang tersajikan setiap sesi acara yang ada mendapatkan respon positif pada setiap kalangan sesuai dengan pavorit masing-masing. Beragamnya acara yang disajikan di Radio Dewi Anjani bertujuan untuk merangkul dan menjalin silaturahmi dengan semua kalangan agar tercipta hubungan emosional dan menjadi media yang penuh inspirasi sesuai dengan motto siaran Radio Dewi Anjani 104.6 FM yaitu Media Silaturahmi Menggugah Inspirasi Ikhwan Sejati.

Radio ini bekerja pada gelombang AM 729 KHz sejak 2001 sampai 2014. Dan mulai 2015 beralih frekuensi menjadi FM 104.6 MHz. dan sampai sekarang masih tetap eksis memperdengarkan masyarakat nada-nada islami dan siraman rohani. Selain itu untuk memenuhi permintaan dari luar wilayah NTB seperti Kalimantan, Sulawesi, Batam, Riau, Malaysia, Makkah dan lain-lain maka dengan ini Radio Dewi Anjani menyajikan beberapa siaran dakwah online melalui website www.dewianjanimedia.com dan bisa didengarkan melalui Fans Page Facebook #Dewianjanifansclub.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di tengah disrupsi digital, Radio Dewi Anjani 104.6 FM tidak pasif. Manajemen radio justru merumuskan empat strategi utama untuk bertahan dalam persaingan. Keempat strategi ini lahir dari pemetaan kekuatan dan kelemahan internal radio terhadap peluang dan ancaman eksternal.

1. Strategi Konvergensi Media: Siaran On-Air Rasa media Sosial

Ancaman terbesar yang diakui semua informan adalah migrasi pendengar muda ke platform digital. Manajer Program, Irfan Hasbi menyatakan: “Anak muda sekarang lebih suka buka YouTube. Kalau kita hanya mengandalkan radio biasa, lama-lama kita akan ditinggal.” Ancaman ini nyata karena data internal radio menunjukkan 70% penelepon interaktif berusia di atas 30 tahun.

Untuk merespons itu, manajemen memilih strategi konvergensi. Ini bukan sekadar live streaming, tapi membelah konten. Setiap siaran Pengajian Subuh oleh beberapa Masyaikh di Ma’had direkam, lalu dipotong menjadi video 1-3 menit untuk diunggah ke Facebook, TikTok dan Reels Instagram resmi radio dengan akun @dewianjanifm. Lalu Irjan menjelaskan “Daripada dilawan, lebih baik kita ikuti aturan mainnya anak muda agar ceramah Tuan Guru tetap sampai meskipun hanya 1 menit.”

Strategi ini sejalan dengan konsep competitive advantage Porter tentang diferensiasi. Dewi Anjani FM tidak bisa melawan media sosial dari sisi teknologi, tapi mereka punya modal yang tidak dimiliki akun dakwah lain: akses eksklusif ke Tuan Guru (Masyaikh) dan trust jamaah. Konten medsos mereka isinya sama dengan siaran radio, tapi kemasannya disesuaikan. Hasilnya, dalam beberapa bulan, akun fanspage radio mendapat seribu followers, 60% di antaranya berusia 17-30 tahun. Artinya, konvergensi berhasil menjaring mad’u baru tanpa kehilangan pendengar lama yang tetap setia di frekuensi 104.6 FM.

2. Strategi Segmentasi Mad'u: Menguasai Pasar yang Dilupakan

Kelemahan radio adalah SDM yang gaptেক dan alat yang jadul. Namun manajemen sadar mereka punya kekuatan besar: legitimasi dari pesantren dan Tuan Guru. Kekuatan ini tidak laku dijual ke anak muda, tapi sangat laku ke segmen lansia dan ibu-ibu di pedesaan Sasak.

Manajemen secara sadar memilih tidak rebutan pasar anak muda dengan YouTube, TikTok dan media sosial lainnya. Mereka fokus melayani segmen yang “dilupakan” media baru. Seorang pendengar setia, Inaq Rosi 62 tahun, mengatakan: “Saya ndak ngerti HP. Kalau ndak ada radio Dewi Anjani, saya ndak bisa dengar pengajian setiap pagi.”

Segmentasi ini adalah bentuk nyata dari teori manajemen Morissan. Radio memilih pasar yang paling bisa mereka layani dengan sumber daya terbatas. Program unggulan seperti Siaran langsung pengajian Ma'had setiap jam 8 sampai jam 10 pagi dan segmen kirim Salam pada program acara musik di jam tertentu memperkuat ketrtarikan audiens untuk stay tune di radio tersebut. Buktinya, iklan obat herbal, dan travel umrah lokal justru antre pasang di jam-jam itu. Artinya, secara bisnis, strategi segmentasi ini membuat radio tetap hidup dari sisi finansial di tengah terpaan disrupsi.

3. Strategi Branding Lokal: Bahasa Sasak dan Otoritas Tuan Guru

Ancaman dari podcast dakwah nasional adalah kontennya bagus dan artisnya terkenal. Dewi Anjani FM tidak mungkin menang di situ. Maka strateginya adalah memperkuat identitas yang tidak bisa ditiru radio Jakarta: kelokalan Sasak.

Pertama, penggunaan Bahasa Sasak pada program Lawasan Budaya Sasak. Ini bukan sekadar gaya, tapi menjadi sebuah strategi. Suhaidi menegaskan “Pendengar kita mayoritas orang lombok dan suku sasak sehingga Ketika ada program radio menggunakan bahasa sasak mereka sangat antusias bahkan tidak pernah absen untuk ikut bergabung”. Bahasa menjadi pagar diferensiasi.

Kedua, menempelkan otoritas Tuan Guru. Semua program kajian harus dibawakan oleh Ustaz kondang atau Tuan Guru (Masyaikh), Ini menciptakan trust yang tidak bisa dibeli oleh modal besar. Pendengar yakin bahwa isi siaran “aman” dan sesuai aqidah Ahlussunnah wal Jamaah versi Tuan Guru Lombok.

Strategi branding ini terbukti efektif melawan ancaman. Saat ditanya kenapa tidak pindah ke YouTube, Hafizah menjawab: “Di YouTube banyak ustadz, tapi saya takut salah. Kalau di Dewi Anjani, jelas gurunya, jelas sanadnya. Kepercayaan berbasis kultural ini menjadi competitive advantage yang paling sulit ditiru oleh media baru.

4. Strategi Penguatan Modal Sosial Berbasis Silaturrahmi

Seperti yang di utarakan oleh Irfan hasbi selaku manajer program bahwa layaknya radio- radio yang lain, Radio Dewi Anjani berdiri dalam rangka menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh pasarnya, oleh pendengarnya. Informasi tersebut dapat bertujuan mendidik, menghibur, atau memberi informasi. Namun demikian, ketiga tujuan itu dilandaskan atas satu prinsip penting yang seringkali dilupakan banyak orang dewasa ini, yaitu suatu prinsip yang disebut Jalaluddin Rakhmat dalam Islam Aktualnya dengan prinsip “membangun jembatan”. Prinsip ini dikenal dengan silaturrahmi.

Radio Dewi Anjani 104.6 FM membangun siarannya di atas prinsip silaturrahmi, sebab setiap personilnya menyadari bahwa sistem global masa kini mampu mengombang-ambingkan persahabatan dan persaudaraan, sampai-sampai segala hal mesti direduksi kepada tujuan-tujuan singkat yang sarat kepentingan dan sangat pragmatis. Senada dengan yang di jelaskan oleh Andi Johan Wijaya selaku penyiar Radio Dewi Anjani mengatakan bahwa dengan menguatkan ukhuwah antara civitas radio dengan pendengar akan membangun ikatan batin yang lebih erat. Di perjelas juga oleh Siti khodijah yang merupakan pendengar setia Radio Dewi Anjani 104.6 FM bahwa dengan seringnya

mendengar dan mengikuti siaran radio, maka lingkaran pertemanan beserta wawasanpun semakin bertambah.

Belakangan kerap terdengar ujaran: “tak ada persahabatan yang sejati, yang ada hanyalah kepentingan.” Dalam suasana semacam ini, jalinan hubungan kasih dan persaudaraan menjadi amat sangat bernilai. Mendasarkan penyiaran berdasarkan prinsip ukhuwwah dan persaudaraan merupakan sebuah pilihan yang menghidupkan kembali komitmen keislaman, komitmen untuk merapatkan barisan ditengah arus globalisasi yang menawarkan standar-standar nilai yang seringkali bertentangan dengan kebudayaan dan agama lokal.

Dakwah yang dilakukan oleh Radio Dewi Anjani 104.6 FM merupakan bagian dari satu keseluruhan arus dunia yang kini sedang berupaya menonjolkan identitas lokal, agama, dan budaya. Seiring dengan motto radio yaitu “Media Silaturahmi Menggugah Inspirasi Ikhwan Sejati”, sebagian besar program Radio Dewi Anjani disusun dengan berbagai pendekatan keislaman.

Terdapat beberapa program yang tidak secara khusus menyajikan program keislaman, dalam konteks di mana program-program yang lain seluruhnya berupaya menyadarkan identitas keislaman dan memberikan cara pandang berdasarkan ajaran Islam, namun beberapa program itu bukan berarti tidak Islami. Tentu Islami. Contohnya acara musik pop, dangdut dan lagu-lagu Sasak meski bukan lagu religi namun tetap dikemas dengan nuansa islami dari segi pemilihan lagu yang sopan dan tetap menyapa pendengar dengan sebutan “ikhwan pecinta”. Seperti yang disampaikan oleh H.M. Shabir, kemasan program di Radio Dewi anjani 104.6 FM tidak terlepas dari nuansa Islami.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa resiliensi Radio Dewi Anjani 104.6 FM Lombok Timur dalam menghadapi disrupsi digital merupakan hasil dari implementasi empat strategi manajemen yang bersifat adaptif dan kontekstual. Pertama, strategi konvergensi media yang mentransformasi konten siaran on-air menjadi format micro-content di TikTok, Instagram Reels dan lainnya, sehingga ancaman migrasi mad’u ke platform digital justru dikonversi menjadi perluasan jangkauan dakwah lintas generasi. Kedua, strategi segmentasi mad’u yang secara sadar memfokuskan layanan pada kelompok lansia dan ibu rumah tangga Sasak di pedesaan, sebuah ceruk pasar yang terabaikan oleh media baru namun terbukti menjadi basis loyalitas sekaligus sumber keberlanjutan finansial utama bagi radio. Ketiga, strategi branding kultural melalui konsistensi penggunaan Bahasa Sasak dan penguatan otoritas Tuan Guru, yang menciptakan diferensiasi berbasis trust dan sanad keilmuan sehingga menghasilkan competitive advantage yang tidak dapat direplikasi oleh media dakwah nasional. Keempat, strategi penguatan modal sosial berbasis silaturahmi sebagai aktualisasi motto “Media Silaturahmi Menggugah Inspirasi Ihwan Sejati”, yang memosisikan radio bukan sekadar medium penyiaran, melainkan sebagai cultural intermediary dan ruang publik interaktif bagi komunitas ihwan. Strategi ini terbukti mengubah keterbatasan kapital finansial dan teknologi menjadi kekuatan jaringan sosial keagamaan yang bersifat resiprokal.

Secara teoretis, temuan ini mengoreksi tesis determinisme teknologi dalam disrupsi Christensen dengan menegaskan bahwa bagi media komunitas keagamaan, social capital ala Putnam dan legitimasi kultural justru menjadi faktor kunci keberlanjutan. Model yang dijalankan Dewi Anjani FM menunjukkan bahwa konvergensi digital tidak harus berarti meninggalkan medium konvensional, melainkan menghidupkan kembali medium tersebut melalui negosiasi nilai kelokalan di ruang digital. Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan agar radio dakwah daerah mengembangkan model manajemen hibrida:

mempertahankan frekuensi sebagai pusat gravitasi komunitas, sambil mengekstensifikasi nilai-nilai intinya ke dalam platform baru. Untuk penelitian lanjutan, diperlukan kajian kuantitatif mengenai korelasi antara intensitas praktik silaturahmi on-air dengan tingkat loyalitas pendengar dan keberlanjutan finansial radio komunitas dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, "Hadis-Hadis Tentang Media Dakwah", Jurnal UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, diakses 02 Mei 2023, <https://osf.io/sfcz6/download/>
- Adawiyah, Rabiatul. —Radio Bertahan Pada Era Disrupsi Teknologil. Diakses melalui alamat lokadata.id Tanggal 13 Juni 2023.
- Ahaddini, Elysa Tri. —Eksistensi Radio Di Era Disrupsi Teknologil. Diakses melalui alamat <https://katusba.com> Tanggal 13 Juni 2023.
- alamat<http://m.kumparan.com> Tanggal 19 Juni 2021.
- Amin, Samsul Munir. Ilmu Dakwah. Jakarta: Amzah, 2009.
- Andi Prastowo, Memahami Metode-Metode Penelitian. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2021.
- Atmadja, Nengah Bawa dan Luh Putu Sri Ariyani. Sosiologi Media PerspektifTeori Kritis. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2022.
- Aziz, Ali. Ilmu Dakwah. Jakarta:Kencana, 2021.
- Cangara, Hafied. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2021.
- Data KPID NTB 2024
- Departemen Agama Republik Indonesia, “Qur'an Kemenag”, diakses 04 Mei 2023, <https://quran.kemenag.go.id>.
- Efenfddy, onong. Dinamika Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019.
- Emzir. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2020.
- Eriyanto. —[PDF] Disrupsi – Journal UI I. Diakses melalui alamat journal.ui.ac.idTanggal 04 Juni 2021.
- Grafindo. Metodologi Penelitian. Bandung : PT Refika Aditama, 2019.
- Haryatmoko. Etika Komunikasi. Yogyakarta: Kanisius, 2021
- Jalaludin Rahmat. Reformasi Sufistik. Bandung: Pustaka Hidayah, 2008
- Judhariksawan. Hukum Penyiaran. Jakarta: Rajawali, 2010.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, KBBI Vesi Online, <https://kbbi.web.id/bendera>.
- Kasali, Rhenald. Focusing : Strategi Beriklan di Media Massa. Jakarta: Gramedia, 2020.
- Kriyantono, Rachmat. Tehnik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: PT.Fajar Interpratama Mandiri, 2019.
- Masduki. Radio Siaran Dan Demontrasi, Yogyakarta: Jendela, 2018
- Morissan. Manajemen Media Penyiaran. Strategi Mengelola Radio & Televisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2018.
- Nasution, Ardiansyah. —Strategi Radio Prambors dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Siaran Putuss sama Nataya di Prambors Yogyakarta. Diakses melalui alamat digilib.uin-suka.ac.id Tanggal 26 Mei 2023.