

**Radio Dakwah di Era Komersial Penyiaran:
Analisis Manajemen dan Operasional Radioqu Al-Bahjah 1089 AM
Bogor**

**Tinta Ilmiati¹, Tri Isniarti Putri², Difa Raudyatuzzahra Ramadani³
Indy Gustira Hastigro Aprilie⁴, Siti Nurhalisah⁵, Ahmad Fauzan Assidiqi⁶**

*^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI Nasional Laa Roiba Bogor
tintailmiati@gmail.com¹, isniartiputri92@gmail.com²*

ABSTRACT

This study analyzes the management and operations of RadioQu Al-Bahjah 1089 AM Bogor as a da'wah (Islamic preaching) medium amid the commercialization of broadcasting. A descriptive qualitative method with a case-study approach was used, combining direct observation and in-depth interviews with the station's editor-in-chief. The findings show that RadioQu Al-Bahjah maintains its da'wah identity through four pillars: value-based program and human-resource management, automation-supported technical operations, an independent financing strategy built on almsgiving (infak) and community partnerships, and compliance with the Indonesian Broadcasting Commission's (KPI) code of ethics and Islamic principles. The station also adapts to media convergence through podcasts and social media to reach younger audiences. These findings confirm that RadioQu Al-Bahjah represents a moderate da'wah media model capable of balancing spiritual idealism with institutional sustainability in a competitive broadcasting industry.

Keywords : *da'wah radio, broadcasting management, RadioQu Al-Bahjah, media commercialization, Islamic broadcasting.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen dan operasional RadioQu Al-Bahjah 1089 AM Bogor sebagai media dakwah di tengah arus komersialisasi penyiaran. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, melalui observasi langsung dan wawancara mendalam bersama pimpinan redaksi RadioQu Al-Bahjah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa RadioQu Al-Bahjah mempertahankan identitas dakwahnya melalui empat pilar utama: manajemen program dan sumber daya manusia yang berlandaskan nilai-nilai Islam, operasional teknis berbasis automasi siaran, strategi pembiayaan mandiri melalui infak dan kerja sama komunitas, serta kepatuhan terhadap kode etik penyiaran KPI dan syariat Islam. Radio ini juga menunjukkan adaptasi terhadap konvergensi media melalui pemanfaatan podcast dan media sosial untuk menjangkau audiens muda. Temuan ini menegaskan bahwa RadioQu Al-Bahjah merupakan representasi model dakwah moderat yang mampu menyeimbangkan idealisme spiritual dengan tuntutan keberlanjutan lembaga di tengah industri penyiaran yang kompetitif.

Kata kunci : *radio dakwah, manajemen penyiaran, RadioQu Al-Bahjah, komersialisasi media, penyiaran Islam.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan media penyiaran di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari dinamika sosial, ekonomi, dan teknologi yang terus berubah. Kehadiran era digital dan globalisasi media telah menggeser paradigma komunikasi massa, dari sekadar sarana informasi menjadi instrumen ekonomi dan bahkan politik (McQuail, 2010). Media tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga menjadi komoditas yang tunduk pada logika pasar dan persaingan rating (Mosco, 2009). Fenomena inilah yang dikenal sebagai komersialisasi penyiaran, yaitu kondisi ketika lembaga media dituntut menyeimbangkan idealisme dengan keberlanjutan finansial.

Tekanan komersialisasi tersebut membawa dilema tersendiri bagi media yang berbasis nilai, termasuk media dakwah. Media Islam dihadapkan pada tantangan menjaga kemurnian pesan di tengah kebutuhan pembiayaan operasional, sponsor, dan iklan (Eriyanto, 2013). Persoalannya menjadi semakin relevan ketika radio, sebagai salah satu media konvensional tertua, dituntut tetap kompetitif tanpa kehilangan orientasi spiritualnya. Sebagai media auditori, radio memiliki keunggulan dalam membangun kedekatan psikologis antara penyiar dan pendengar melalui gaya tutur yang persuasif dan penuh empati (Effendy, 2011), sehingga tetap dipandang efektif sebagai sarana dakwah meski bersaing dengan platform digital yang lebih interaktif.

Dalam konteks Indonesia, radio dakwah dan radio komunitas berbasis keagamaan tumbuh cukup pesat sejak era reformasi, seiring dibukanya ruang bagi lembaga penyiaran komunitas dan lembaga penyiaran publik lokal (Rachmatie, 2017). Berbagai kajian terdahulu memperlihatkan pola serupa: radio dakwah cenderung membangun kedekatan dengan pendengar melalui bahasa yang santun serta program-program yang bersentuhan langsung dengan kebutuhan spiritual masyarakat (Hilmi, Alfandi, & Prisdianti, 2022), dan berperan sebagai instrumen pemberdayaan sekaligus edukasi keagamaan di tingkat akar rumput (Effendy, Nasution, Siregar, & Harahap, 2023). Namun demikian, keberlangsungan radio-radio tersebut sangat bergantung pada tata kelola manajemen yang jelas, mengingat regulasi penyiaran nasional menuntut kepatuhan terhadap Undang-Undang Penyiaran serta Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang ditetapkan Komisi Penyiaran Indonesia/KPI (Judhariksawan, 2010).

RadioQu Al-Bahjah 1089 AM Bogor merupakan salah satu contoh nyata lembaga penyiaran dakwah yang bertahan dengan karakteristik dan identitas yang kuat di tengah kompetisi tersebut. Berada di bawah naungan Lembaga Pengembangan Dakwah Al-Bahjah pimpinan Buya Yahya, radio ini secara konsisten mengusung dakwah bermazhab Ahlussunnah Wal Jama'ah Al-Asy'ariyah dengan pendekatan yang santun, moderat, dan mudah diterima masyarakat lintas usia. Melalui program kajian tematik, murotal, nasyid, dan podcast inspiratif, RadioQu berupaya menyebarkan ajaran Islam yang rahmatan lil 'alamin tanpa terjebak pada polarisasi ideologis maupun orientasi komersial yang berlebihan.

Dalam ranah akademik, manajemen media dakwah merupakan bentuk penerapan prinsip manajemen komunikasi Islam yang menekankan keseimbangan antara tujuan spiritual dan efektivitas organisasi (Fadilah, 2020), mencakup perencanaan program, pengelolaan sumber daya manusia, strategi finansial, hingga penerapan etika penyiaran. Lembaga dakwah modern dituntut mampu mengadopsi prinsip efisiensi dan profesionalisme tanpa kehilangan orientasi moralnya (Hidayat, 2017). Meski demikian, kajian-kajian terdahulu tentang radio dakwah di Indonesia masih cenderung berfokus pada strategi komunikasi dan pola penyampaian pesan (Hilmi et al., 2022; Effendy et al., 2023), sementara kajian yang secara spesifik menyoroti irisan antara manajemen-operasional radio dakwah, kemandirian finansial, dan adaptasi konvergensi digital di tengah tekanan industri penyiaran komersial masih relatif terbatas. Padahal, transformasi digital menuntut radio dakwah — termasuk yang masih berbasis gelombang AM — untuk mengintegrasikan platform seperti media sosial dan podcast streaming sebagai bentuk adaptasi terhadap perilaku audiens generasi muda yang beralih ke media daring (Fabriar, Fitri, & Fathoni, 2022; Aisyah & Rofiah, 2022).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan mengisi celah kajian dengan menganalisis secara mendalam manajemen dan operasional RadioQu Al-Bahjah 1089 AM Bogor sebagai model radio dakwah yang berupaya menyeimbangkan nilai-nilai spiritual dengan tantangan ekonomi media modern. Fokus penelitian mencakup aspek manajerial, teknologis, finansial, etis, dan adaptasi digital, dengan pendekatan kualitatif studi kasus sebagai upaya memahami dinamika internal lembaga penyiaran dakwah di era komersial.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini merumuskan tiga pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana sistem manajemen program dan sumber daya manusia RadioQu Al-Bahjah dijalankan untuk mempertahankan identitas dakwah di tengah tekanan komersialisasi penyiaran?
2. Bagaimana pola operasional teknis dan strategi pembiayaan RadioQu Al-Bahjah diterapkan agar tetap mandiri secara finansial tanpa mengorbankan nilai dakwah?
3. Bagaimana RadioQu Al-Bahjah beradaptasi terhadap konvergensi media digital, khususnya melalui podcast dan media sosial, sebagai perluasan jangkauan dakwah?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan sistem manajemen program dan sumber daya manusia RadioQu Al-Bahjah; (2) menganalisis pola operasional teknis serta strategi pembiayaan mandiri yang diterapkan; dan (3) mengkaji bentuk adaptasi RadioQu Al-Bahjah terhadap konvergensi media digital. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperkaya kajian manajemen komunikasi Islam, khususnya pada irisan antara ekonomi media dan dakwah. Secara praktis, hasil penelitian

diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengelola radio dakwah maupun lembaga penyiaran berbasis komunitas dalam merancang tata kelola yang profesional, mandiri, dan tetap berpijak pada nilai-nilai keislaman.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus (case study), yang bertujuan memahami secara mendalam suatu fenomena dalam konteks nyata sebagaimana adanya (Creswell, 2014). Pendekatan ini dipilih karena manajemen dan operasional radio dakwah merupakan fenomena yang kompleks dan kontekstual, sehingga memerlukan pemahaman menyeluruh terhadap praktik, aktor, dan nilai yang melingkupinya, alih-alih sekadar pengukuran variabel secara kuantitatif.

Penelitian dilaksanakan di RadioQu Al-Bahjah 1089 AM Bogor pada tanggal 22 Oktober 2025. Subjek penelitian adalah Bapak Roni selaku pimpinan redaksi RadioQu Al-Bahjah Bogor, yang dipilih secara purposif karena memiliki otoritas dan pemahaman langsung terhadap kebijakan manajerial dan operasional radio. Objek penelitian meliputi tiga aspek utama, yaitu manajemen program dan sumber daya manusia, operasional teknis dan pembiayaan, serta strategi adaptasi digital.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik: (1) observasi langsung terhadap kegiatan siaran, perangkat teknologi penyiaran, dan struktur organisasi di lokasi penelitian; (2) wawancara mendalam semi-terstruktur dengan pimpinan redaksi untuk menggali kebijakan dan alasan di balik praktik manajerial yang diterapkan; dan (3) studi dokumentasi terhadap jadwal siaran, susunan program, serta dokumen pendukung lain yang relevan.

Analisis data dilakukan mengikuti model interaktif Miles dan Huberman (1994), yang terdiri atas tiga tahap: reduksi data (memilah informasi yang relevan dengan fokus penelitian), penyajian data (mengorganisasi temuan ke dalam kategori manajemen, operasional, finansial, etika, dan digitalisasi), serta penarikan kesimpulan dan verifikasi, yang dilakukan secara berulang untuk memastikan keabsahan interpretasi. Untuk menjaga kredibilitas data, peneliti melakukan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara, hasil observasi lapangan, dan dokumen pendukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Program dan Perencanaan Siaran Berbasis Nilai Dakwah

RadioQu Al-Bahjah menerapkan sistem manajemen berbasis nilai dakwah yang mencakup fungsi perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), dan pengawasan (controlling) sebagaimana kerangka manajemen penyiaran pada umumnya (Morissan, 2008). Setiap program disusun berdasarkan tema spiritual, diantaranya kajian, murotal, nasyid, motivasi Islami, dan podcast inspiratif yang disiarkan secara terjadwal dari pukul 05.00 hingga 23.00 WIB. Pola perencanaan semacam ini menunjukkan bahwa RadioQu tidak menempatkan rating atau kepentingan iklan sebagai basis penyusunan program,

melainkan kebutuhan spiritual audiens dan konsistensi penyampaian nilai keislaman.

Temuan ini sejalan dengan pandangan Fadilah (2020) bahwa media dakwah memerlukan perencanaan dan pengawasan yang sistematis agar pesan Islam tersampaikan secara efektif. Dibandingkan dengan pola radio komunitas dakwah lain yang diteliti Hilmi, Alfandi, dan Prisdianti (2022), yang menonjolkan metode redundancy (pengulangan pesan) dan canalizing (penyesuaian saluran dengan minat pendengar), RadioQu memperlihatkan pola yang relatif mirip: pengulangan tema pada jam-jam strategis (misalnya kajian pagi dan murotal menjelang waktu salat) untuk memperkuat resonansi pesan pada audiens yang memiliki rutinitas ibadah harian. Hal ini menegaskan bahwa perencanaan program di radio dakwah tidak semata soal jadwal, tetapi juga soal keselarasan ritme siaran dengan ritme ibadah pendengarnya dengan didasarkan sebuah pendekatan manajerial yang khas dan tidak ditemukan pada radio komersial umum.

Manajemen Sumber Daya Manusia dan Struktur Organisasi

Manajemen sumber daya manusia di RadioQu Al-Bahjah dibangun atas prinsip amanah dan profesionalisme. Kru terdiri atas penyiar, teknisi, dan pengurus redaksi yang bekerja berdasarkan etika kerja syar'i. Proses siaran dikontrol oleh pimpinan siaran (Kang Ali), yang bertugas memastikan isi siaran sesuai dengan nilai dakwah dan kode etik penyiaran. Struktur kerja yang relatif ramping ini memungkinkan pengambilan keputusan editorial berlangsung cepat, namun tetap terkontrol karena setiap materi siaran melewati proses penyaringan sebelum tayang.

Pola ini konsisten dengan temuan Hilmi, Alfandi, dan Prisdianti (2022) pada Radio Aska FM, yang menunjukkan bahwa manajemen radio dakwah sengaja menghindari penggunaan bahasa gaul dalam siaran demi menjaga kesan religius dan kedekatan dengan komunitas yang agamis. Kesamaan pola ini pada dua lembaga yang berbeda mengindikasikan adanya semacam "standar tidak tertulis" dalam pengelolaan sumber daya manusia radio dakwah di Indonesia: rekrutmen dan pembinaan penyiar tidak hanya menekankan kompetensi teknis broadcasting, tetapi juga kelayakan personal dari sisi keagamaan dan tutur kata. Dengan kata lain, kualifikasi "amanah" menjadi kriteria seleksi yang sejajar pentingnya dengan kompetensi profesional, sebuah karakteristik manajemen SDM yang membedakan radio dakwah dari radio komersial pada umumnya.

Operasional Teknis dan Adopsi Teknologi Penyiaran

Dari hasil observasi, RadioQu Al-Bahjah menggunakan teknologi penyiaran semi-modern dengan dukungan perangkat seperti mikrofon condenser, audio mixer analog, perangkat pemancar AM pada frekuensi 1089 kHz, serta studio yang dilengkapi peredam suara (acoustic treatment) untuk menjaga kualitas audio. Sistem automasi menggunakan perangkat lunak RadioBoss memungkinkan jadwal

siaran berjalan teratur dan efisien, sementara proses pascaproduksi rekaman dilakukan menggunakan Audacity.

Pilihan mempertahankan gelombang AM di tengah tren migrasi ke FM digital dan streaming patut dicermati. Secara teknis, AM memiliki keterbatasan kualitas audio dan jangkauan dibanding FM (Morissan, 2008), namun tetap relevan untuk menjangkau segmen pendengar loyal, termasuk kalangan usia lanjut yang masih mengandalkan radio konvensional. Strategi RadioQu yang memadukan infrastruktur AM klasik dengan automasi digital modern (RadioBoss, Audacity) mencerminkan apa yang disebut sebagai adaptasi teknologi selektif — mengadopsi efisiensi digital pada lini produksi, sementara mempertahankan basis pemancar konvensional sebagai bagian dari identitas dan jangkauan audiens inti. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Effendy (2011) bahwa media dakwah perlu mengoptimalkan teknologi komunikasi untuk memperluas jangkauan pesan Islami, tanpa harus meninggalkan kanal yang sudah mengakar di masyarakat.

Strategi Pembiayaan dan Kemandirian Ekonomi Dakwah

Meskipun beroperasi di lingkungan industri penyiaran yang kompetitif, RadioQu Al-Bahjah tidak bergantung pada iklan komersial semata. Sumber pendanaan diperoleh dari kombinasi iklan islami, infak pendengar, dan kerja sama penyelenggaraan event (wedding organizer/WO dan kegiatan keislaman lain). Model pembiayaan berbasis kombinasi ini berbeda signifikan dari radio komersial arus utama yang umumnya sangat bergantung pada pendapatan iklan sebagai indikator keberlangsungan (Eriyanto, 2013).

Pola ini merepresentasikan apa yang disebut Mujiburrahman (2022) sebagai ekonomi dakwah berkelanjutan, di mana aktivitas dakwah tidak sekadar menjadi beban sosial, tetapi dikelola secara produktif dan transparan. Dari perspektif manajemen risiko, diversifikasi sumber pendanaan — infak, iklan islami, dan kerja sama event — juga berfungsi sebagai mekanisme mitigasi terhadap fluktuasi pasar iklan yang lazim menekan media komersial murni. Dengan kata lain, kemandirian finansial RadioQu bukan semata pilihan ideologis untuk menjauh dari kapitalisme media, melainkan juga strategi keberlanjutan organisasi yang secara empiris lebih tahan terhadap guncangan ekonomi dibandingkan model bisnis media yang bertumpu pada satu sumber pendapatan.

Etika dan Kepatuhan terhadap Regulasi Penyiaran

RadioQu Al-Bahjah secara konsisten menerapkan kode etik penyiaran sesuai Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) yang ditetapkan KPI, serta prinsip syariat Islam. Setiap materi siaran difilter agar bebas dari ujaran kebencian, fitnah, atau muatan kepentingan politik tertentu. Musik dan nasyid yang digunakan sebagian besar merupakan produksi internal Lembaga Al-Bahjah sehingga terhindar dari pelanggaran hak cipta.

Kepatuhan ganda ini diantaranya terhadap regulasi negara (KPI) sekaligus terhadap prinsip syariat menempatkan RadioQu pada posisi yang unik dibanding

lembaga penyiaran sekuler maupun lembaga dakwah yang kurang memperhatikan aspek legal-formal penyiaran (Judhariksawan, 2010). Konsistensi ini memperlihatkan integritas dan tanggung jawab etis lembaga dakwah dalam menjalankan penyiaran. Sebagaimana ditegaskan Yusuf (2018), media dakwah harus menjadi contoh penerapan nilai moral dalam ruang publik agar tidak terjebak pada orientasi popularitas dan keuntungan semata.

Konvergensi Digital: Podcast dan Media Sosial sebagai Perluasan Dakwah

Dalam upaya menjangkau generasi muda, RadioQu Al-Bahjah mulai memanfaatkan media sosial dan podcast digital sebagai saluran dakwah alternatif. Konten-konten pendek seperti motivasi dan kajian tematik diunggah ke platform digital, sehingga memperluas jangkauan audiens dari radio konvensional ke ruang digital. Fenomena ini menunjukkan transisi dari radio tradisional menuju media konvergen.

Langkah RadioQu ini konsisten dengan tren yang lebih luas pada lembaga dakwah lain di Indonesia. Fabriar, Fitri, dan Fathoni (2022) mencatat bahwa podcast dipilih sebagai media dakwah alternatif karena sifatnya yang praktis, efisien, dan dapat didengarkan kapan pun, sekaligus dapat dikolaborasikan dengan berbagai platform daring. Studi kasus konvergensi media dakwah pada lembaga pendidikan Islam lain (Aisyah & Rofiah, 2022) juga memperlihatkan pola serupa, yakni pemanfaatan platform digital sebagai perpanjangan tangan dari aktivitas dakwah konvensional, bukan sebagai pengganti sepenuhnya. Pola RadioQu yang mempertahankan siaran AM sembari merambah podcast dan media sosial menguatkan temuan Karunianingsih (2021) bahwa konvergensi media pada lembaga penyiaran tradisional umumnya bersifat komplementer: memperluas segmentasi audiens tanpa meninggalkan basis pendengar dan identitas medium asalnya. Keberhasilan strategi ini bergantung pada kemampuan lembaga dakwah mengintegrasikan teknologi baru tanpa kehilangan otentisitas pesan Islam yang disampaikan.

Sintesis: RadioQu Al-Bahjah sebagai Model Dakwah Moderat di Tengah Komersialisasi

Merangkum temuan pada kelima aspek di atas, dapat dikatakan bahwa RadioQu Al-Bahjah berhasil mengelola tegangan antara idealisme dakwah dan tuntutan keberlanjutan organisasi melalui empat mekanisme yang saling menopang: (1) perencanaan program yang selaras dengan ritme ibadah pendengar; (2) manajemen SDM yang menjadikan amanah sebagai kriteria seleksi setara dengan kompetensi teknis; (3) diversifikasi pembiayaan yang mengurangi ketergantungan pada iklan komersial; dan (4) konvergensi digital yang bersifat komplementer, bukan substitutif, terhadap siaran AM. Keempat mekanisme ini menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan di awal, sekaligus memperkuat argumen bahwa media dakwah tidak harus memilih antara idealisme dan profesionalisme manajerial — keduanya dapat berjalan beriringan apabila dikelola dengan kerangka

nilai yang jelas (Fadilah, 2020; Hidayat, 2017). Dengan demikian, RadioQu Al-Bahjah dapat diposisikan sebagai model dakwah moderat yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tekanan pasar, tanpa kehilangan orientasi spiritualnya.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa RadioQu Al-Bahjah Bogor berhasil menjadi model media dakwah yang profesional, mandiri, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Manajemen program yang selaras dengan ritme ibadah pendengar, pengelolaan sumber daya manusia yang berlandaskan amanah, operasional teknis berbasis automasi, strategi pembiayaan yang terdiversifikasi, kepatuhan terhadap regulasi dan etika penyiaran, serta konvergensi digital yang komplementer menjadi lima faktor utama yang menopang keberhasilan lembaga ini bertahan di tengah komersialisasi penyiaran.

Di tengah arus komersialisasi media, RadioQu mampu mempertahankan idealisme dakwah melalui pendekatan manajemen islami yang tidak semata berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada kemaslahatan umat. Temuan ini memperkuat argumen bahwa profesionalisme manajerial dan orientasi spiritual bukan dua hal yang saling meniadakan, melainkan dapat disinergikan melalui tata kelola yang berpijak pada nilai-nilai Islam.

Saran

Bagi pengelola RadioQu Al-Bahjah, penguatan digitalisasi — termasuk optimalisasi kualitas audio podcast dan konsistensi jadwal unggahan di media sosial — perlu terus dikembangkan agar jangkauan dakwah pada generasi muda semakin luas. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian dengan cakupan subjek yang lebih luas (melibatkan penyiar, pendengar, dan pengelola keuangan) serta pendekatan kuantitatif atau mixed-methods guna mengukur efektivitas dan dampak dakwah RadioQu Al-Bahjah secara lebih terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N., & Rofiah, S. (2022). Dakwah modern pada era konvergensi media: Studi kasus Youtube Pondok Pesantren Nurul Jadid. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 8(2).
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Effendy, E., Nasution, D., Siregar, F. H., & Harahap, M. R. (2023). Peran radio komunitas sebagai media dakwah dalam mengembangkan dakwah. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 5(1), 4097–4103.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2013). *Komersialisasi media: Kritik atas industri penyiaran di Indonesia*. LKiS.

- Fabriar, S. R., Fitri, A. N., & Fathoni, A. (2022). Podcast: Alternatif media dakwah era digital. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 14(1), 1–6.
- Fadilah, S. (2020). *Manajemen dakwah dalam era digital*. UIN Press.
- Hidayat, R. (2017). Profesionalisme dan efisiensi dalam lembaga dakwah modern. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 12(1), 55–72.
- Hilmi, M., Alfandi, M., & Pridayanti, S. (2022). Strategi komunikasi radio komunitas pendidikan dan dakwah. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 8(2), 127–145.
- Judhariksawan. (2010). *Hukum penyiaran* (Ed. 1). Rajawali Pers.
- Karunianingsih, D. A. (2021). Konvergensi media pada podcast Radar Jogja Digital dalam publikasi berita dan perluasan segmentasi audiens. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 25(1), 61–74.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Morissan. (2008). *Manajemen media penyiaran: Strategi mengelola radio dan televisi*. Kencana.
- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication* (2nd ed.). Sage Publications.
- Mujiburrahman. (2022). Ekonomi dakwah dan kemandirian lembaga Islam. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 15(2), 145–160.
- Nasrullah, R. (2021). *Media sosial dan dakwah digital*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nuridin, A. (2019). Transformasi dakwah Islam melalui media radio. *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(1), 23–35.
- Rachmiate, A. (2017). *Radio komunitas, eskalasi demokratisasi komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Yusuf, M. (2018). Etika dakwah dalam penyiaran Islam. *Jurnal Dakwah dan Etika Komunikasi*, 5(2), 101–117.