

EKSISTENSI PROGRAM RELIGI SASISOMA DALAM RADIO GERONIMO FM DALAM MENGENALKAN NILAI ISLAM DI ERA *NEW MEDIA*

Tria Wijayanti¹, Zahrotus Sa'idah²

^{1,2} Universitas Amikom Yogyakarta, Jl Ring Road Utara, Ngriring, Depok, Sleman Yogyakarta

¹E-mail: tria.wijayanti@students.amikom.ac.id

²E-mail: zahramiftah@amikom.ac.id

Abstract

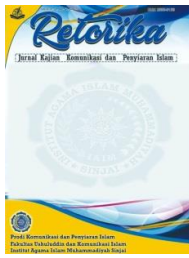
This research is based on the researcher's interest in the existence of the Sasisoma program on Radio Geronimo FM, Yogyakarta. In the new media era, almost all society no longer listens to the radio due to the advancement of digital media that provides numerous entertainment and educational content platforms. Therefore, this study aims to explore how the Sasisoma program introduces Islamic values and maintains its existence in the new media era. The research employs a qualitative method with a descriptive approach to systematically depict the facts pertaining to the subject and object at Radio Geronimo, with a focus on the intended research. The data collection techniques include participant observation, semi-structured interviews with the main informant Leila Karina, supporting informant Munif Tauchid, and documentation. To ensure data validity, the researcher employs source triangulation and time triangulation, utilizing the AIDDA theory. The results of this research indicate that the efforts of the Sasisoma program to sustain its existence in the new media era include generating Attention by creating compelling da'wah content and publishing it on social media. Subsequently, Interest is aroused by the broadcasters delivering contemporary da'wah content, leading to Desire through interaction. The Decision phase involves collaborating on digital media platforms, and finally, Action is taken by receiving likes, comments, and shares on the posts.

Keywords: *Existence, Radio, Da'wah*

Abstrak

Penelitian ini didasari dari ketertarikan peneliti mengenai eksistensi program Sasisoma di Radio Geronimo FM, Yogyakarta. Kini di era *new media* hampir seluruh masyarakat tidak mendengarkan radio, di sebabkan kecanggihan media digital yang banyak sekali plat prom media yang menyediakan hiburan maupun konten pendidikan. Oleh sebab itu penelitian bertujuan untuk bagaimana upaya program Sasisoma mengenalkan nilai islam dan mempertahankan eksistensinya di era *new media*. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk bertujuan menggambarkan secara sistematis fakta yang ada pada subjek dan objek di radio Geronimo dengan fokus penelitian yang dituju, dengan teknik pengumpulan data yaitu hasil dari observasi partisipan, wawancara semi terstruktur dengan narasumber utama Leila Karina, narasumber pendukung Munif Tauchid, dan yang terakhir dokumentasi. Untuk mengecek keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi waktu, dengan menggunakan teori AIDDA. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa upaya program Sasisoma untuk mempertahankan eksistensi di era *new media* yakni menghasilkan (Attention) dengan cara membuat konten dakwah yang menarik dan di publish melalui media sosial, lalu timbul (Interest) dengan cara penyiar menyampaikan dakwah dengan kekinian, mampu membuat (Desire) dengan melakukan interaksi, selanjutnya (Decision) dengan melakukan kolaborasi di media digital, dan melakukan (Action) dengan like, comment, dan share postingan.

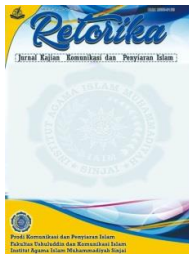
Kata Kunci: *Eksistensi, Radio, Dakwah*



1. Pendahuluan

Radio merupakan salah satu media massa tertua yang tetap relevan di era new media. Meskipun saat ini banyak media baru muncul, radio masih berperan sebagai saluran berita, hiburan, dan juga sebagai media dakwah. Dewasa ini, berdakwah tidak lagi terbatas pada tatap muka di masjid, sekolah, atau acara formal. Kemajuan teknologi, terutama internet, telah membuka peluang baru. Oleh karena itu di era serba digital ini, berdakwah banyak dilakukan melalui media internet seperti streaming radio. Pendekatan ini terbukti efektif karena pesan dakwah tidak hanya mencapai kalangan tertentu, tetapi juga menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, dakwah melalui radio merupakan suatu inovasi dalam syi'ar Islam, dan tentunya akan memudahkan para *da'i* dalam mengembangkan dan mendalami dakwahnya untuk membagikan informasi religi kepada masyarakat. Penggunaan radio sebagai media dakwah merupakan kesempatan dan sekaligus tantangan para *da'i* untuk mengembangkan dan memperluas dalam dakwah Islamiyah (Subahri, 2018).

Namun, peran radio semakin tergeser di era new media. Teknologi internet seperti blog, website, dan media sosial telah mengambil alih peran radio dalam menyampaikan informasi dan hiburan. Masyarakat lebih cenderung menggunakan platform seperti Youtube, TikTok, dan media sosial lainnya untuk mendapatkan berita yang lebih aktual. Era new media, yang didominasi oleh gadget, memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses informasi. Pesatnya pertumbuhan internet telah menjadi pesaing serius bagi stasiun radio. Pengelola stasiun radio kini dihadapkan pada tuntutan untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif guna menarik minat pendengar mereka. Karena, jika kalah bersaing, maka eksistensi radio akan tersisihkan karena dikalahkan oleh media internet (Hasanah, 2021). Selain itu, radio kini mengambil langkah konvergensi dengan internet guna tetap bersaing dalam era new media. Praktik ini telah menggiring perubahan, menggeser citra radio sebagai medium yang konvensional, jadul, dan kuno. Upaya perusahaan dalam melakukan peningkatan dengan memanfaatkan internet mendorong perubahan positif ini. Di tengah era new media, radio telah mencuri perhatian masyarakat kembali. Alasan di balik ini adalah kemampuan mendengarkan radio melalui layanan streaming internet. Contohnya, radio Geronimo FM yang secara bertahap telah mengadopsi strategi ini untuk menjaga dan memperluas basis pendengarnya. Hal ini menegaskan bahwa radio telah menemukan cara untuk beradaptasi dengan lingkungan media yang semakin canggih yakni dengan menggabungkan tradisi radio dengan teknologi internet, radio telah menunjukkan



RETORIKA

Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam

Volume 5, No. 2, 2023

P-ISSN : 2655-5166 / E-ISSN : 2715-2103

Email : jurnalretorika46@gmail.com

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/retorika>

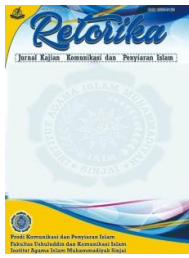
DOI : <https://doi.org/10.47435/retorika.v3i1.577>

kecanggihan dan relevansinya di era new media. Jika disimpulkan, internet sebagai media massa sangat efektif dan berpotensi bermanfaat sebagai media komunikasi dakwah (Efendi et al., 2023).

Radio Geronimo adalah salah satu radio swasta tertua di kota Yogyakarta yang berdiri pada tahun 1971. Radio Geronimo memiliki frekuensi 106.1 FM dengan *tagline* “*The Real Sound Of Jogja*” dan *slogan* “*Love Jogja and You*” yang dikelola dengan menggunakan format 40 (Wardoyo, 2022). Radio Geronimo merupakan radio dengan format musik-musik populer anak muda yang selalu *up to date* mengikuti zaman dengan memiliki beberapa program siaran seperti program Good morning youngsters, Playground, dan program yang cukup populer adalah program Sasisoma (Sana Sini Soal Agama). Program Sasisoma merupakan program religi Geronimo yang disiarkan pada jam 16.00 WIB sampai dengan jam 17.00 WIB. Sasisoma sendiri merupakan program yang memperluas wawasan mengenai agama Islam dan tentunya membahas berbagai macam permasalahan seputar agama Islam yang diterapkan dan diamalkan bagi pendengar Geronimo. Tidak hanya itu saja, program ini juga didukung oleh beberapa ustadz yang tersohor di Yogyakarta dan juga oleh beberapa tokoh masyarakat yang cukup berpengaruh di Yogyakarta.

Namun penting untuk diketahui bahwa di era serba digital saat ini berdakwah dengan menggunakan media radio itu tidak mudah, sebab terdapat beberapa tantangan yang dihadapi seperti kurangnya interaktif yang mana terdapat keterbatasan interaksi dengan masyarakat sehingga membuat pesan dakwah kurang efektif terutama dalam membentuk pemahaman yang baik bagi masyarakat, kesulitan dalam memvisualisasikan pesan dakwah, hanya sekilas dengar sifat radio yang auditori membuat pesan yang disampaikan ke telinga pendengar hanya sekilas lalu saja dan informasi yang disampaikan gampang lenyap dari ingatan pendengar, mengandung banyak gangguan yang bersifat teknis seperti sinyal, dan masih banyak lagi lainnya (Kustiawan et al., 2022). Perihal ini menjadi sebuah tantangan bagi radio Geronimo FM dalam berdakwah melalui program Sasisoma. Oleh karena itu, dengan melihat peluang di era teknologi ini secara tidak langsung menjadikan sarana baru untuk mengembangkan dakwah guna menjangkau masyarakat yang lebih luas lagi. Tetapi tidak dipungkiri juga bahwa tantangan yang dihadapi lebih sulit lagi karena berhadapan dengan media yang beraneka ragam bentuk dan fungsinya (Husain, 2020).

Berdasarkan tantangan tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi mengenai program Sasisoma melalui judul penelitian *Eksistensi Program Sasisoma Dalam Radio Geronimo FM Untuk Mengenalkan Nilai Islam Di Era New*

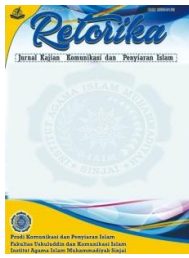


Media. Dengan demikian maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana cara program radio Sasisoma tetap eksis di era new media?. Adapun untuk tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan cara program radio Sasisoma tetap eksis di era *new media*. Berdasarkan tujuan tersebut, maka manfaat praktis dalam penelitian ini adalah agar menjadi bahan evaluasi bagi penggiat di bidang radio yang ingin mengembangkan program-program yang berkonsep religi, selain itu penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi bahan kajian bagi para penda'i yang ingin melakukan dakwah dengan menggunakan media radio.

Melihat banyaknya radio di kota Yogyakarta yang masih eksis bersaing di tengahnya perkembangan teknologi yang modern ini dengan demikian peneliti akan memfokuskan penelitian ini di radio Geronimo 106.1 FM, dengan fokus penelitiannya adalah mempertahankan eksistensi radio Geronimo FM dalam mengenalkan program Sasisoma untuk memperluas nilai islam di era *new media*. Selain itu, untuk memperkuat sebuah data pada penelitian ini, penelitian menggunakan penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan di beberapa aspek seperti penelitian Ahmad Zulfikar Ali (2020) dengan judul penelitian *Mempertahankan Eksistensi radio Sebagai Media Dakwah (Studi pada Radio Swara Dakwah Al-Amien Prenduan)*. Penelitian tersebut memiliki kesamaan aspek seperti Radio yang menjaga eksistensinya pada program dakwah, akan tetapi pada penelitian terdahulu memfokuskan mengenai strategi yang digunakan untuk mempertahankan eksistensi sebagai media dakwah, sedangkan yang peneliti kaji mengenai cara radio Geronimo FM mempertahankan eksistensinya di era *new media*. Ada juga penelitian dahulu Rezhi Ade Indra Pratama (2022) dengan judul *Strategi Komunikasi Persuasif Model Aidda Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran Samarinda Melalui Media Sosial*. Penelitian tersebut memiliki kesamaan pada aspek teori yakni penerapan teori AIDDA, akan tetapi penelitian terdahulu mengambil objek Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran dan sedangkan peneliti ingin meneliti eksistensi radio.

2. Metode

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif karena prosedur penelitian mengedepankan proses melalui data berupa gambar dan buka angka (Putri, 2019). Dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif yaitu peneliti memaparkan hasil penelitian dengan tujuan untuk memberi gambaran secara karakteristik dari suatu masalah yang akan diteliti, yakni mengenai eksistensi Geronimo FM melalui program Sasisoma di era *new media* yang mana radio



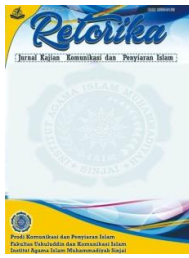
Geronimo FM sendiri merupakan radio tertua di Yogyakarta yang masih tetap eksis dengan siaran program-programnya yang mengikuti zaman.

Adapun untuk subjek pada penelitian ini adalah *Produser* Program acara Sasisoma yaitu Leila Karina dan narasumber pendukung yaitu ustadz Munif Tauchid yang mengisi acara program Sasisoma. Objek penelitian yang diteliti yaitu eksistensi program Sasisoma untuk mengenalkan nilai Islam di era *new media*. Adapun materi atau tema pada program Sasisoma sendiri umumnya dari ustadz Munif Tauchid yang secara garis besar dari materi tersebut membahas mengenai topik ringan dengan menggunakan bahasa yang lugas dan sederhana agar dapat dipahami oleh semua kalangan.

Selanjutnya, sumber data pada penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data yang didapat secara langsung dari subjek penelitian, sedangkan data sekunder adalah sumber data yang didapat dari media perantara seperti dokumen-dokumen pendukung (Sugiyono, 2013). Dari penjelasan tersebut maka data primer yang diambil dari penelitian ini adalah melakukan wawancara secara langsung dengan penyiar dan ustadz yang berada di radio Geronimo FM dalam program Sasisoma. Sedangkan untuk data sekunder yang diambil peneliti yaitu dari referensi buku, situs *website*, dan penelitian terdahulu seperti jurnal yang memiliki fokus dengan penelitian ini dengan batas waktu maksimal 10 tahun terakhir.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terdapat beberapa tahapan yaitu pertama melakukan observasi partisipan, yakni peneliti pernah terlibat dalam radio Geronimo FM. Kedua melakukan wawancara, penelitian ini menggunakan wawancara semi terstruktur, yakni peneliti banyak melakukan improvisasi dengan memberikan pertanyaan seputar penelitian yang dituju dan tidak harus sesuai urutan pertanyaan yang sudah ditetapkan untuk penyiar program Sasisoma, terakhir adalah dokumentasi yakni mengumpulkan data-data, artikel, ataupun jurnal yang berkaitan dengan radio Geronimo FM terutama program Sasisoma.

Adapun untuk teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yakni dengan empat tahapan, yaitu: pertama, pengumpulan data dari keseluruhan data yang peneliti ambil mulai dari data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kedua, reduksi data dengan cara peneliti memilih-milih hasil data yang didapat seperti wawancara dan dokumentasi yang masih kompleks maka dari itu peneliti dapat memperoleh data yang fokus pada penelitian eksistensi radio di program Sasisoma. Ketiga, display memaparkan hasil penelitian data dengan mendeskripsikan



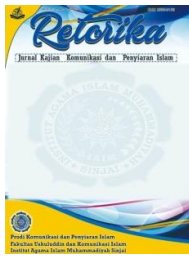
secara tersusun dan sistematis yakni dalam bentuk deskripsi analisis menggunakan teori AIDDA. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Wilbur Schramm yang mana inti dari teori ini mengenai proses tahapan komunikasi mengandung maksud bahwa komunikasi hendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian atau *attention* (Nasution, 2017). Dan yang terakhir adalah penarikan kesimpulan, dalam kegiatan pengumpulan data yang sudah dianalisis peneliti membuat kesimpulan yang sifatnya sementara. Artinya kesimpulan tersebut belum teratur dan memungkinkan dapat berubah. Oleh karena itu, peneliti menguji keabsahan data yang peneliti temukan agar kesimpulan yang didapatkan oleh peneliti bersifat akhir.

Pada uji keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi waktu untuk pengecekan keabsahan penemuan penelitian. Triangulasi sumber adalah yang dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang sudah diperoleh kemudian dideskripsikan, dikategorikan, dan akhirnya dibuat sebuah kesimpulan mengenai hasil dari narasumber utama dan pendukung. Sedangkan triangulasi waktu adalah durasi waktu peneliti melakukan keterlibatan di radio Geronimo, dalam hal tersebut peneliti cukup mengetahui bahwa data yang peneliti ambil berfokus pada tujuan permasalahan mengenai eksistensi radio di program dakwah.

3. Hasil dan Pembahasan

Program Sasisoma pertama kali diudarkan sekitar tahun 1980-an dan hingga sekarang telah mengalami sejumlah perubahan signifikan, baik dari segi pembawa acara maupun metode penyiarannya. Awalnya, program ini diproduksi di studio Geronimo, tetapi kemudian mengalami perubahan konsep dengan melakukan siaran langsung dari masjid-masjid di sekitar Yogyakarta, salah satunya di Masjid Siti Djirzanah di pusat Malioboro. Namun, pada awal tahun 2020, konsep siaran kembali diubah, dan kembali dilakukan di studio Geronimo. Saat ini (selama proses penelitian), kantor Geronimo berlokasi di pusat kota Yogyakarta, tepatnya di Jl. Bung Trajo (Gayam) No. 24, Yogyakarta 55225. Perubahan-perubahan ini mencerminkan dinamika perkembangan program Sasisoma sejak awal pendiriannya.

Program Sasisoma disiarkan setiap Jumat dari pukul 16.00 hingga 17.00 WIB, dan setiap hari menjelang waktu berbuka yaitu pukul 16.30 hingga 17.30 WIB selama bulan Ramadhan. Sasisoma sendiri merupakan sebuah talkshow mengenai ajaran agama Islam dengan mengundang ustadz sebagai narasumber. Sasisoma umumnya membahas topik-topik keagamaan dalam format yang lebih kontemporer, tetapi tetap mempertahankan dasar materi agar mudah dipahami oleh kalangan muda. Selama



siaran, program ini dibawakan oleh penyiar program radio yang berperan membantu ustadz dalam menciptakan suasana yang santai dan komunikatif. Metode yang digunakan adalah dialog interaktif di mana pertanyaan dari pendengar dapat langsung dibahas oleh ustadz selama siaran berlangsung. Pertanyaan tersebut dapat dikirim melalui telepon atau pesan WhatsApp, dan akan direspons secara langsung selama acara.

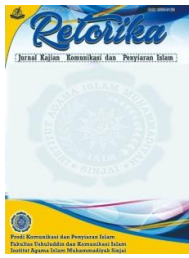
Namun, meski didesain dialog interaktif, nyatanya program Sasisoma memiliki beberapa kendala yang cukup signifikan, misalnya terkait perubahan selera masyarakat, gempuran teknologi, dan masih banyak lagi lainnya. Karena itu, berbagai upaya dilakukan agar program ini dapat diterima dengan baik oleh pendengar. Berikut pernyataan dari Ella Karina:

“Bagaimana caranya kita itu masih bisa tetap dekat dengan kancan muda? Pastinya lewat sesuatu yang kamu pegang lah, *gadget*. Dan bagaimana kita tetap bisa dekat dengan kancan muda yaitu berdamai dengan egonya dan idealisme. Radio adalah suara dan kita pun tetap berkolaborasi dengan media digital. Di radio Geronimo ini kan banyak tamu, artis, penyanyi, dan ada pemain film. Nah itu kita gunakan untuk menarik kancana muda untuk mendengarkan radionya, lalu membuat konten di media digital kita harus berdamai dan berkolaborasi dengan media digital” (Hasil wawancara dengan Ella Karina, 19 Mei 2023).

Meskipun telah melakukan berbagai upaya, Karina mengakui bahwa minat masyarakat terhadap program Sasisoma belum sepenuhnya meningkat. Oleh karena itu, Geronimo mempertimbangkan pendekatan lain untuk menarik perhatian khususnya dari kalangan anak muda, agar mereka mau mendengarkan program Sasisoma, berikut penjelasan Ella Karina :

“.....Inisiatif tim karena melihat remaja semakin mengurang, jadi tim melakukan penelusuran yang mencari tempat yang kami memang bisa tausiaah dengan santai jadi kami mengambil di masjid Siti Djirzanah yang ada di Malioboro karena di situ banyak banget orang yang mondar-mandir jadi kami membuat acara Sasisoma tapi *off air* di sana, kita cari orang-orang yang mau dan kami data lalu bikin grup WhatsApp gitu dan nanti kami kasih temanya melalui poster. Sebelum pandemi kita udah *muter-muter* bikin videonya, dan kerjasama dengan hotel untuk dilakukan (program Sasisoma) di hari selasa di luar dan hari kamis di masjid Siti Djirzanah” (Hasil wawancara dengan Ella Karina, 19 Mei 2023).

Dari situasi ini, untuk menarik perhatian masyarakat dan bersaing dengan radio lain di Yogyakarta, program Sasisoma telah mengembangkan daya tarik unik



dalam penyajian acaranya. Tujuannya adalah mempertahankan eksistensinya di era new media. Berikut pernyataan hasil wawancara Ella Karina :

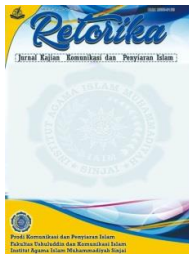
“Strateginya kita tetap membahas dan mengikuti hal yang viral, kembali lagi dengan konsep awal kita yaitu ngobrolin agama yang santai, jika kita menggunakan dengan acara santai dengan membuka logikanya pendengar “anak muda” untuk memahami maksud dari *kenapa sih kita harus belajar agama sampe segitunya?* Iyaa karena agama itu kaya manual bukunya kehidupan, kita pun cari ustadz juga santai dan ternyata beliau adalah orang psikologi jadi kita membuat pendengar lebih nyaman untuk mendengarkan nasehat dari ustadz. Setelah siaran rekan tim kadang bagian teknisi datang untuk mengambil hasil rekaman dan nantinya kita *up date* di Facebook, podcast, Instagram, dan youtube. Jadi kita menyentuh masyarakat itu melalui media digital yang masyarakat suka dan mau” (Hasil wawancara dengan Ella Karina, 19 Mei 2023).

Selain itu, program Sasisoma juga mencoba menjaga kedekatan dengan pendengar melalui interaksi aktif. Mereka membuka topik obrolan melalui WhatsApp, karena mayoritas masyarakat menggunakannya dan tidak memerlukan banyak kuota internet. Berikut pernyataan dari Munif Tauchid :

“Kita berinteraksi dengan pendengar itu melalui WhatsApp karena lebih mudah dan kadang mereka meminta tema dakwah melalui *mba* Karina ataupun saya melalui Facebook pribadi dari situ kita bisa lebih dekat tu dengan pendengar, kadang ya setiap kita siaran saya pengen ada sesuatu yang ingin pendengar bisa praktekin” (Hasil wawancara dengan Munif Tauchid, 19 Mei 2023).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti menemukan korelasi dengan teori AIDDA. Teori AIDDA disebut sebagai teori komunikasi massa yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1954, AIDDA adalah singkatan dari *attention, interest, desire, decision* dan *action*. Istilah lain dari teori ini adalah *A-A procedure* singkatan dari *attention-action procedure* yang artinya komunikasi dalam melakukan sebuah kegiatan dilakukan terlebih dahulu dengan menumbuhkan minat (Oktarina & Abdullah, 2017).

Teori ini sering digunakan dalam bidang pemasaran akan tetapi bisa diterapkan dalam konteks dakwah, yang artinya jika dalam konteks dakwah berarti mau merubah perilaku dengan mendengarkan materi dakwah yang disiarkan oleh dai, akan tetapi seseorang harus melewati proses tertarik terlebih dulu, kemudian minat, memiliki



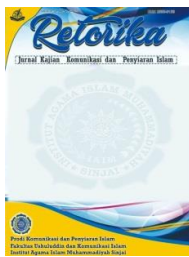
hasrat, lalu mengambil keputusan dan merubah perilakunya (Masruroh, 2020).

Adapun tahapan dari 5 konsep tersebut yakni (Annisa, 2022) :

- 1) *Attention* (Perhatian) : Perusahaan berusaha menarik perhatian audiens dengan menciptakan kreatifitas agar keinginan audiens untuk mencari dan melihat sesuatu yang mereka inginkan.
- 2) *Interest* (Ketertarikan) : Perusahaan harus mampu menumbuhkan ketertarikan pada audiens untuk mengetahui lebih dalam mengenai perasaan suatu hal yang menimbulkan daya tarik bagi audiens.
- 3) *Desire* (Keinginan) : Timbulnya rasa keinginan audiens tentang sesuatu yang menarik perhatian.
- 4) *Decision* (Kepuasan) : Kepercayaan untuk melakukan sesuatu hal.
- 5) *Action* (Tindakan) : Suatu tindakan kegiatan untuk merealisasikan keyakinan dan ketertarikan audiens terhadap sesuatu.

Berdasarkan penjelasan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa berkomunikasi yang efektif terutama pada komunikator harus berusaha membangkitkan perhatian komunikan melalui gaya bicara. Sehingga dapat muncul suatu ketertarikan jika komunikan memiliki kredibilitas baik terhadap komunikator, dalam tindakan ini efek yang terjadi adalah minat masyarakat untuk mendengarkan siaran program Sasisoma dan respon yang diberikan (Amelia, 2020).

Adapun keterkaitan dengan hasil wawancara dalam penelitian ini adalah mengenai upaya membangkitkan perhatian (*attention*) program Sasisoma di masyarakat dengan cara berkolaborasi dengan media digital lalu pembuatan konten dakwah yang nantinya akan di publish melalui media sosial seperti Youtube maupun Instagram. Hal tersebut dimanfaatkan untuk mempromosikan program Sasisoma. Setelah adanya perhatian maka dalam hal tersebut akan menumbuhkan rasa ketertarikan (*interest*) masyarakat pada program untuk tetap mendengarkan yakni dengan cara penyiar mampu membuat masyarakat nyaman dengan selalu *update* tentang media digital, mengikuti berita viral, mencari tema ringan (membahas kehidupan sehari-hari) yang cocok di siarkan untuk kalangan anak muda, dan ustadz menjelaskan dakwahnya dengan santai maupun kekinian untuk menjadi daya tarik masyarakat. Selanjutnya penyiar harus bisa untuk mengembangkan keinginan (*desire*) masyarakat dengan melakukan interaksi melalui aplikasi WhatsApp maka obrolan pesan yang disampaikan akan timbul rasa kepuasan (*Decision*) pada tahapan ini penyiar harus dapat mempengaruhi masyarakat agar tetap mendengarkan dakwah di program



RETORIKA

Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam

Volume 5, No. 2, 2023

P-ISSN : 2655-5166 / E-ISSN : 2715-2103

Email : jurnalretorika46@gmail.com

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/indeks.php/retorika>

DOI : <https://doi.org/10.47435/retorika.v3i1.577>

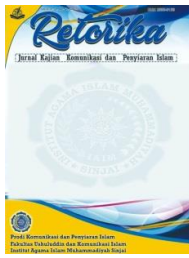
Sasisoma dengan cara mendatangkan tokoh agama maupun tokoh terkenal dengan pembahasan yang menarik. Tahapan terakhir akan ada tindakan (action) yaitu masyarakat melakukan like, comment, dan share postingan di media sosial dan menggunakan #SASISOMA di Instagram ataupun Facebook agar program Sasisoma dikenal banyak kalangan ataupun masyarakat. Berikut buktinya:



Gambar 1: Kegiatan On Air Program Sasisoma



Gambar 2: Postingan di Media Sosial Instagram

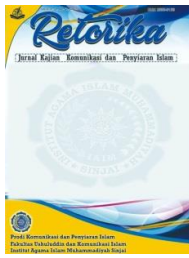


Jika disimpulkan, secara khusus terdapat dua strategi komunikasi yang ada di Geronimo FM agar Program Sasisoma mendapat atensi dari masyarakat yakni melalui strategi internal dan eksternal. Secara internal, penyiar Sasisoma melakukan evaluasi untuk memperbaiki lebih lanjut lagi mengenai hal apa yang harus penyiar lakukan setelah ini lalu untuk melakukan pendekatan dengan anak muda, dan dengan siarannya apakah penyampai sudah baik. Untuk secara eksternal yakni melakukan kolaborasi dengan media digital untuk mengenalkan atau mempromosikan program dakwah, dan mengundang tokoh agama atau masyarakat terkenal lainnya.

Berdasarkan hasil analisis, peneliti menemukan korelasi dengan penelitian sebelumnya oleh Ahmad Zulfikar Ali (2020), yang berjudul *Mempertahankan Eksistensi Radio Sebagai Media Dakwah (Studi pada Radio Swara Dakwah Al-Amien Prenduan)*. Penelitian tersebut fokus pada bagaimana Radio Swara Dakwah Al-Amien menjaga eksistensinya dengan beradaptasi pada perkembangan zaman, di mana pendengar aktif di jejaring sosial seperti Facebook atau Twitter. Radio ini bertujuan untuk menyebarkan pengetahuan mengenai agama Islam, budaya, dan pendidikan kepada masyarakat tanpa mencampuri isu politik. Mereka menyampaikan informasi aktual dan pesan komunikasi disampaikan dalam tata nilai keislaman, dengan menghadirkan ustadz dari lembaga pendidikan dan majelis ta'lim.

Namun, terdapat perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Radio Geronimo FM memiliki beragam program, termasuk program Sasisoma yang merupakan program dakwah yang ditujukan khusus untuk remaja dan masyarakat umum. Program ini disajikan dalam format dialog dengan ustadz yang memiliki pengetahuan terkini tentang berita dan masalah yang terjadi dalam masyarakat. Dalam penelitian ini, pendekatan pembawa acara lebih modern dan isi pembahasan disajikan dengan gaya yang ringan.

Selain itu, hasil analisis juga sebanding dengan penelitian lain oleh Rezhi Ade Indra Pratama (2022) yang berjudul *Strategi Komunikasi Persuasif Model AIDDA Komunitas Indonesia Tanpa Pacaran Samarinda Melalui Media Sosial*. Penelitian ini mendeskripsikan strategi komunikasi persuasif dengan menggunakan model AIDDA dalam konteks Tanpa Pacaran Samarinda melalui media sosial. Meskipun subjek yang diuji berbeda, yakni dakwah di radio dan komunikasi dalam komunitas, kedua penelitian ini memiliki kesamaan dalam menganalisis strategi komunikasi yang persuasif dan efektif untuk menyampaikan pesan kepada audiens mereka.



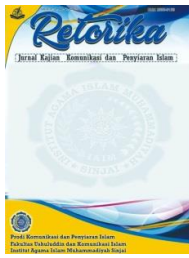
4. Simpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan, peneliti menyimpulkan bahwa program Sasisoma telah mengalami perubahan signifikan sejak pertama kali diudarkan pada tahun 1980-an. Awalnya disiarkan dari studio Geronimo, lalu program ini mengalami perubahan konsep dengan siaran langsung dari masjid-masjid di Yogyakarta, termasuk Masjid Siti Djirzanah di pusat Malioboro. Namun, pada awal tahun 2020, konsep siaran kembali diubah untuk dilakukan kembali di studio Geronimo. Program ini adalah talkshow agama Islam yang membahas topik keagamaan dalam format kontemporer, namun tetap mempertahankan esensi materi agar mudah dipahami oleh kalangan muda. Saat siaran, penyiar membantu menciptakan suasana santai dan komunikatif, menggunakan metode dialog interaktif dengan pendengar melalui telepon atau pesan WhatsApp.

Adapun upaya Geronimo dalam menjaga eksistensi program Sasisoma mencakup beberapa hal yakni berkolaborasi dengan media digital dan memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan Youtube. Mereka juga mengajak tokoh agama dan masyarakat terkenal untuk berpartisipasi dalam program. Meskipun telah dilakukan berbagai upaya ini, tantangan tetap ada dalam menarik minat masyarakat, khususnya anak muda, untuk mendengarkan program Sasisoma. Strategi ini mencerminkan model komunikasi persuasif AIDDA, dengan tahapan-tahapan seperti membangkitkan perhatian, menumbuhkan ketertarikan, menciptakan keinginan, mempengaruhi keputusan, dan mendorong tindakan positif dalam mendengarkan dan berinteraksi dengan program. Dengan pendekatan yang terus berkembang, program Sasisoma berusaha mempertahankan relevansinya di era new media dan memenuhi kebutuhan komunikasi agama di kalangan anak muda.

Daftar Pustaka

- Amelia, P. (2020). Strategi Manajemen Radio Rri- Pro 2 Dalam Meningkatkan Minat Dengar Masyarakat Kecamatan Medan Denai Di Kota Medan. *Jurnal Network Media*, 3(9), 1689–1699. <https://doi.org/https://doi.org/10.46576/jnm.v3i1.871>
- Annisa, N. (2022). Strategi Komunikasi persuasif Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram Dalam Mempertahankan Eksistensi Siaran Di Era Digital. In *UIN Mataram*. UIN Mataram.
- Efendi, E., Ritonga, F. A., & Fahrezi, I. (2023). Mengenal Sejarah Siaran Radio, Televisi, Multimedia (Internet) Bermuatan Dakwah. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(1), 3396–3405. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i1.11541>
- Husain, A. (2020). Dakwah Islamiyah Dan Tantangannya Di Era Digital. *Al-Munqidz : Jurnal Kajian Keislaman*, 8(1), 104–118. <https://doi.org/10.52802/amk.v8i1.190>
- Kustiawan, W., Sitorus, A. O., Masri, A., Sylvana, F. R., Simanjuntak, M. W., &



RETORIKA

Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam

Volume 5, No. 2, 2023

P-ISSN : 2655-5166 / E-ISSN : 2715-2103

Email : jurnalretorika46@gmail.com

Homepage : <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/retorika>

DOI : <https://doi.org/10.47435/retorika.v3i1.577>

- Manik, N. B. (2022). Kelebihan dan Kekurangan Radio. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(3), 2–7. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/juitik.v2i3.348>
- Masruuroh, L. (2020). *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Scopindo Media Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=01omEAAAQBAJ>
- Nasution, N. (2017). Eksistensi M-Radio Terhadap Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 174–183. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/interaksi.v1i2.1202>
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik* (1st ed.). Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=U8hcDwAAQBAJ>
- Putri, S. (2019). *Strategi Kreatif Dalam Program Sasisoma (Sana-Sini Soal Agama) di Radio Geronimo 106.1 FM*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Subahri, B. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Radio Gloria Paramita 97.4 FM Pada Acara Dialog Islami. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 1(2), 97–107. <https://doi.org/https://doi.org/10.36835/dakwatuna.v4i1.285>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cv Alfabeta.