

Manajemen Strategi Media Dakwah Radio Suara Al Iman Surabaya dalam Mengembangkan Penyiaran Islam di Era Konvergensi Media

Syaifudin Zuhri*, Airlangga Bramayudha, Pardianto

UIN Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

Email: syaifudinzuhri@uinsa.ac.id*, bram@uinsa.ac.id, pardianto@uinsa.ac.id

Keywords:

Strategic Management; Dakwah Media; Dakwah Radio; Media Convergence.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2026 by Author. Published by Riviera Publishing

Kata Kunci:

Manajemen Strategi; Media Dakwah; Radio Dakwah; Konvergensi Media.

Abstract

This study aims to analyze the strategic management of Islamic da'wah media implemented by Radio Suara Al Iman Surabaya in developing Islamic da'wah broadcasting in the era of media convergence. This effort is crucial amidst the rapid development of digital technology that forces conventional media to adapt to a multiplatform ecosystem. Using a descriptive qualitative approach with a case study method, data was collected through in-depth interviews, observation, and documentation, then tested for validity using source triangulation. The results show that Radio Suara Al Iman's management strategy includes 24-hour broadcast programming, institutional transformation, strengthening the da'wah media identity, integrating analog and digital broadcasts, developing multiplatform media, and optimizing young, technology-adaptive human resources. This integrative strategy has succeeded in expanding the reach of da'wah while maintaining the media's existence amidst changes in people's media consumption behavior. Thus, this management model can serve as an important reference for other religious broadcasting institutions in facing the challenges of media disruption. The implementation of the media convergence strategy is realized through the integration of analog radio broadcasting with streaming services, Al Iman TV, and various social media platforms such as YouTube, Instagram, Facebook, and TikTok.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen strategi media dakwah yang diterapkan Radio Suara Al Iman Surabaya dalam mengembangkan penyiaran dakwah Islam di era konvergensi media. Upaya ini menjadi krusial di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital yang memaksa media konvensional beradaptasi ke ekosistem multiplatform. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, lalu diuji keabsahannya menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan Radio Suara Al Iman mencakup pemrograman siaran 24 jam, transformasi kelembagaan, penguatan identitas media dakwah, integrasi siaran analog dan digital, pengembangan media multiplatform, serta optimalisasi sumber daya manusia muda yang adaptif teknologi. Strategi integratif ini berhasil memperluas jangkauan dakwah sekaligus menjaga eksistensi media di tengah perubahan perilaku konsumsi media masyarakat. Dengan demikian, model manajemen ini dapat menjadi rujukan penting bagi lembaga penyiaran keagamaan lain dalam

menghadapi tantangan disrupsi media. Implementasi strategi konvergensi media diwujudkan melalui integrasi penyiaran radio analog dengan layanan streaming, Al Iman TV, serta berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok.

PENDAHULUAN

Dakwah diartikan sebagai proses mengajak orang untuk melakukan hal-hal baik dan meninggalkan hal-hal buruk sehingga tercapai kebahagiaan di dunia dan akhirat (Munir, 2003). Secara teknis, dakwah merupakan proses komunikasi antara seorang da'i (komunikator) dan mad'u (komunikan) (Nur Syam, 2019). Sedangkan Moh. Ali Aziz juga mendefinisikan dalam bukunya Ilmu Dakwah, mengatakan dakwah adalah segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan.

Dalam kegiatan dakwah perlu juga diperhatikan unsur-unsur yang terkandung dalam dakwah atau dalam bahasa lain adalah komponen-komponen yang harus ada dalam setiap kegiatan dakwah (Wahyu Ilahi, 2010). Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode dakwah), dan *atsar* (efek dakwah) (Ali Aziz, 2004).

Sebagai aktivitas profetik, dakwah pada hakikatnya harus mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Perubahan sosial dan kemajuan teknologi menuntut adanya inovasi dalam metode dan strategi dakwah agar pesan-pesan Islam dapat diterima oleh masyarakat secara efektif (Bahri & Jamaluddin, 2024). Salah satu sarana yang secara historis memiliki peran krusial dalam penyebaran pesan keagamaan adalah media radio. Didik Deniarto (2021) sebagaimana humas Kemenag menyatakan Radio selain sebagai media penyiaran hiburan dan berita tetapi juga dapat berfungsi sebagai media dakwah.

Sebagai media konvensional, pesan dakwah dalam siaran radio dikemas melalui kerja tim produksi, narasumber, dan penyiar yang menyusun paket program melalui musik, informasi, maupun format ragam (*variety format*) (Bambang & Halwati, 2022). Karakteristik radio yang auditif dan akrab membuat penyiaran keagamaan masih menempati posisi strategis hingga saat ini karena kapasitasnya sebagai media massa yang efisien dan efektif (Ritonga, 2019; Syahri, 2018). Efisiensi ini terlihat dari tiadanya batasan ruang fisik yang mempertemukan da'i dan mad'u.

Namun, eksistensi radio konvensional saat ini dihadapkan pada tantangan disrupsi yang luar biasa. Penetrasi teknologi digital telah mentransformasi lanskap dakwah kontemporer secara signifikan, mengubah pola komunikasi, akses informasi, hingga mengonstruksi ulang otoritas keagamaan (Bunt, 2022; Campbell, 2023). Ruang digital bukan lagi sekadar perpanjangan media massa konvensional, melainkan ekosistem baru dengan logika, algoritma, dan dinamika tersendiri yang sangat cair.

Bagi lembaga penyiaran radio, realitas baru ini tidak hanya menjadi ancaman, melainkan juga menghadirkan peluang besar untuk memperluas jangkauan dakwah secara lebih masif jika mampu merespons dengan tepat (Bahri & Jamaluddin, 2024).

Di sinilah pentingnya aspek manajemen strategi. Agar dapat bertahan hidup (*survive*) dan tetap relevan di era konvergensi media, sebuah lembaga penyiaran radio tidak bisa lagi

dikelola secara konvensional semata. Diperlukan formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi yang adaptif guna mengintegrasikan media analog dengan platform digital.

Fenomena menarik mengenai ketahanan media dan adaptasi strategi ini ditunjukkan oleh Radio Suara Al Iman Surabaya. Sebagai salah satu radio siaran swasta berformat dakwah di Kota Surabaya, Suara Al Iman memiliki keunikan tersendiri karena tetap bertahan di jalur analog AM (*Amplitude Modulation*) pada frekuensi 846 AM sebuah frekuensi yang mulai ditinggalkan oleh banyak pendengar modern. Namun, alih-alih meredup, Radio Suara Al Iman justru melakukan lompatan taktis melalui konvergensi media. Eksistensi penyiaran radionya kini diperluas melalui versi streaming yang menembus batas geografis. Tidak berhenti di sana, ekosistem dakwahnya dikembangkan secara multiplatform melalui integrasi Al Iman TV, majalah cetak Suara Al Iman, serta optimalisasi media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube.

Keberhasilan melintasi batas-batas media konvensional menuju ekosistem konvergensi ini mengindikasikan adanya tata kelola organisasi yang matang. Oleh karena itu, fokus kajian ini bukan sekadar melihat konvergensi medianya secara teknis, melainkan pada manajemen strategi yang diterapkan oleh internal lembaga Radio Suara Al Iman Surabaya. Bagaimana lembaga ini mengorkestrasi keterbatasan jalur radio AM miliknya menjadi motor penggerak dakwah multiplatform yang saling terintegrasi di era digital menjadi pertanyaan akademis yang mendesak untuk dijawab.

Meskipun penelitian terdahulu telah banyak mengulas tentang digitalisasi dakwah atau eksistensi radio, namun penelitian yang secara spesifik membedah bagaimana manajemen strategi sebuah lembaga radio analog AM di daerah mampu memimpin konvergensi media ke platform TV dan digital secara simultan masih terbatas. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam mengenai Manajemen Strategi Media Dakwah Radio Suara Al Iman Surabaya dalam Mengembangkan Penyiaran Islam di Era Konvergensi Media.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam dan alamiah mengenai fenomena manajemen strategi yang diterapkan oleh objek penelitian dalam situasi yang riil (Sugiyono, 2018). Lokasi penelitian berpusat pada Radio Suara Al Iman yang beralamat di Jl. Sidotopo Kidul No. 51, Surabaya, Jawa Timur, tepatnya di dalam Kompleks Kampus STAI Ali Bin Abi Thalib Surabaya. Adapun proses pengumpulan data lapangan ini dilaksanakan secara intensif selama dua bulan, terhitung mulai tanggal 10 April hingga 30 Juli 2026.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu informan primer dan informan sekunder. Informan primer merupakan sumber utama yang memiliki otoritas dan pemahaman menyeluruh terkait kebijakan strategis lembaga, yang dalam hal ini meliputi Direktur Program Siaran serta Ketua dan Pengurus Yayasan Ali Bin Abi Thalib Surabaya selaku pihak pengelola. Sementara itu, informan sekunder bertindak sebagai sumber pelengkap untuk memperkaya dan memvalidasi informasi di tingkat operasional, yang terdiri atas koordinator divisi lapangan serta staf divisi program Radio Suara Al Iman Surabaya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga instrumen utama, yaitu wawancara mendalam (*in-depth interview*), observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan secara langsung kepada para informan untuk menggali aspek perencanaan, eksekusi, dan evaluasi strategi media. Selanjutnya, metode observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung ekosistem kerja di lokasi penelitian, memantau aktivitas penyiaran analog, serta mengamati konsistensi tampilan konten pada akun-akun digital milik Suara Al Iman (Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube).

Adapun studi dokumentasi diterapkan untuk mengumpulkan data-data tertulis berupa profil lembaga, struktur organisasi, jadwal program siaran, serta arsip pendukung lainnya yang relevan dengan fokus kajian. Untuk menghasilkan kesimpulan yang sah, data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif model interaktif dari Miles dan Huberman (Soehadha, 2012).

Proses analisis ini berjalan secara simultan melalui tiga tahapan utama. Pertama, reduksi data, di mana peneliti merangkum, memilih, dan memfokuskan data lapangan yang berkaitan erat dengan manajemen strategi konvergensi media, serta membuang data yang tidak relevan. Kedua, penyajian data (*data display*), yaitu mengorganisasikan data yang telah direduksi ke dalam bentuk narasi deskriptif yang sistematis agar pola hubungannya mudah dipahami. Ketiga, penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu melakukan evaluasi terhadap makna data yang disajikan guna menarik kesimpulan akhir yang kredibel, valid, dan mampu menjawab rumusan masalah penelitian secara objektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Ekosistem Media Radio Suara Al Iman Surabaya

Analisis mengenai strategi pengelolaan suatu institusi media perlu diawali dengan pemahaman terhadap kondisi objektif organisasi yang menjadi objek penelitian. Pemetaan tersebut penting untuk menjelaskan karakteristik kelembagaan, arah pengembangan media, serta lingkungan strategis yang memengaruhi proses manajemen. Dalam konteks penelitian ini, Radio Dakwah Suara Al Iman Surabaya merupakan salah satu lembaga penyiaran swasta yang memiliki karakteristik khas karena memadukan fungsi media penyiaran dengan misi pendidikan dan dakwah Islam.

Radio Suara Al Iman berada di bawah naungan Yayasan Mamba' Al Ihsan Surabaya, sebuah yayasan yang bergerak di bidang dakwah, pendidikan nonformal, dan pelayanan keagamaan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam dengan Direktur Media Grup Suara Al Iman, Dr. Maryono, di kawasan Jalan Sidotopo Kidul 51 Surabaya terdapat dua yayasan yang memiliki fungsi kelembagaan berbeda namun saling berdampingan dalam mendukung pengembangan dakwah Islam. *Pertama*, Yayasan Ali Bin Abi Thalib Surabaya yang secara khusus menyelenggarakan pendidikan tinggi Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Ali Bin Abi Thalib. *Kedua* Yayasan Mamba' Al Ihsan yang mengelola berbagai unit dakwah, meliputi Masjid Darul Hijrah, Pondok Mahasiswa Al Iman, serta sejumlah media dakwah yang terintegrasi dalam Media Grup Suara Al Iman. Sebagai bagian dari Media Grup Suara Al Iman, Yayasan Mamba' Al Ihsan mengelola berbagai platform komunikasi dakwah yang saling terintegrasi, yaitu Radio Suara Al Iman 846 AM, Al Iman TV, Majalah Al Iman (media cetak), serta berbagai media digital yang meliputi YouTube, Facebook, Instagram, dan TikTok.

Pemisahan pengelolaan kelembagaan tersebut menunjukkan adanya diferensiasi fungsi organisasi, di mana Yayasan Ali Bin Abi Thalib berfokus pada penyelenggaraan pendidikan tinggi, sedangkan Yayasan Mamba' Al Ihsan mengonsentrasikan diri pada pengembangan dakwah, pembinaan masyarakat, dan pengelolaan media dakwah. Pembagian fungsi tersebut menjadi landasan strategis dalam pengembangan ekosistem media dakwah Radio Suara Al Iman.

Di antara berbagai platform tersebut, Radio Suara Al Iman menjadi media penyiaran utama yang beroperasi sebagai Lembaga Penyiaran Swasta (LPS) dan berfungsi sebagai pusat distribusi konten dakwah kepada masyarakat. Radio Suara Al Iman mulai beroperasi pada tahun 2008 melalui proses pengambilalihan (*take over*) PT. Radio Mini Wati Pesona Indah Surabaya yang sebelumnya dimiliki oleh Chandra Karnadi dan berlokasi di Jalan Dharma Husada Indah Surabaya. Akuisisi tersebut dilakukan sebagai bagian dari strategi pengembangan media dakwah agar tersedia saluran penyiaran yang memiliki legalitas resmi sekaligus mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas.

Pasca akuisisi kepemilikan selesai, radio ini mengalami transformasi secara menyeluruh, baik dari aspek identitas kelembagaan, format program siaran, maupun orientasi penyiarannya. Radio yang sebelumnya berformat hiburan kemudian berubah menjadi radio dakwah dengan nama Radio Suara Al Iman, sementara badan hukum perusahaan dan Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) tetap menggunakan nama PT. Radio Mini Wati Pesona Indah sesuai ketentuan perizinan penyiaran.

Transformasi tersebut tidak hanya menyangkut perubahan nama dan format siaran, tetapi juga perubahan orientasi kelembagaan. Sebagai media dakwah Islam, Radio Suara Al Iman mengusung slogan "Sarana Penyubur Keimanan" sebagai representasi visi penyiarannya. Seluruh program disusun untuk mendukung penyebaran nilai-nilai Islam melalui pendekatan edukatif, informatif, dan persuasif. Di sisi lain, statusnya sebagai Lembaga Penyiaran Swasta tetap memungkinkan radio memperoleh pendapatan dari kegiatan komersial melalui iklan dan kerja sama penyiaran, sehingga pengelolaannya mengintegrasikan fungsi dakwah dengan prinsip keberlanjutan organisasi media.

Dalam operasionalnya, Radio Suara Al Iman mengudara selama dua puluh empat jam setiap hari. Siaran dimulai menjelang waktu Subuh dengan lantunan tarhim dan murottal Al-Qur'an, kemudian dilanjutkan berbagai program kajian Islam, dialog interaktif, konsultasi syariah, kajian Fiqih, pembelajaran bahasa Arab, hingga program edukasi keluarga yang diasuh oleh para ustadz dan da'i. Sebagai variasi program, radio juga menyiarkan nasyid, gambus, dan musik bernuansa Islami tanpa mengurangi karakter dakwah yang menjadi identitas utama lembaga penyiaran ini.

Keunikan Radio Suara Al Iman semakin tampak ketika industri penyiaran memasuki era digital. Di tengah kecenderungan banyak stasiun radio beralih sepenuhnya ke platform digital, Radio Suara Al Iman justru mempertahankan frekuensi Amplitude Modulation (AM) 846 kHz sebagai media penyiaran utama. Di sisi lain, manajemen menyadari bahwa perubahan perilaku khalayak dan perkembangan teknologi komunikasi menuntut inovasi dalam distribusi konten. Oleh karena itu, strategi penyiaran tidak lagi bertumpu pada media analog semata, tetapi dikembangkan melalui integrasi berbagai platform digital sehingga mampu memperluas jangkauan dakwah kepada masyarakat yang lebih beragam.

Berdasarkan hasil observasi lapangan, Radio Suara Al Iman telah berkembang menjadi ekosistem media dakwah terintegrasi (*integrated media ecosystem*) di bawah pengelolaan Yayasan Mamba' Al Ihsan. Radio tidak lagi diposisikan sebagai media tunggal (*single platform*), melainkan menjadi bagian dari jaringan media yang saling mendukung melalui Al Iman TV, Majalah Al Iman, YouTube, Facebook, Instagram, dan TikTok. Selain itu, Radio Suara Al Iman juga mengembangkan siaran berjejaring dengan sejumlah radio dakwah di berbagai daerah, antara lain Radio Roja Bogor, Suara Muslim Sedayu Gresik, Suara Muslim Madiun, Ngawi, Blitar, Situbondo, Mojokerto, Bangkalan, Sampang, serta beberapa radio dakwah lainnya di Jawa Timur.

Dalam rangka mengembangkan sayap jaringannya Radio Suara Al Iman sejak 2014 juga menjadi anggota Asosiasi Radio Televisi Islam Indonesia (ARTVISI) yang berpusat di Jakarta. Sinergi antar media tersebut menunjukkan penerapan strategi konvergensi media yang memperkuat distribusi pesan dakwah, memperluas jangkauan audiens, serta mempertegas posisi Radio Suara Al Iman sebagai bagian dari ekosistem media dakwah Islam yang adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi.

Secara umum konsep Manajemen Strategi Dakwah Media Radio Suara Al Iman dimulai dari analisis lingkungan, formulasi strategi dan seterusnya hingga penguatan ekosistem dakwah, dapat di gambarkan melalui alur sebagai berikut :



Gambar 1. Konsep Manajemen Strategi Dakwah Media Radio Suara Al Iman

Formulasi Strategi Dakwah Multiplatform Radio Suara Al Iman

Tahap awal dalam manajemen strategi menurut Fred R. David (2016) adalah formulasi strategi, yaitu proses merumuskan arah organisasi melalui analisis lingkungan internal dan eksternal, penetapan visi dan misi, serta penyusunan tujuan strategis yang akan menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan organisasi. Pada Radio Suara Al Iman Surabaya, tahapan ini menjadi fondasi penting sebelum lembaga melakukan transformasi menuju sistem penyiaran berbasis konvergensi media.

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa secara eksternal manajemen menghadapi perubahan besar pada perilaku konsumsi media masyarakat. Minat pendengar terhadap siaran analog AM (Amplitude Modulation) terus mengalami penurunan, terutama di kalangan generasi muda yang lebih banyak mengakses informasi melalui internet, media sosial, layanan streaming, dan berbagai platform digital berbasis telepon pintar. Disrupsi digital

tersebut menjadi tantangan nyata bagi keberlangsungan lembaga penyiaran radio konvensional sekaligus memunculkan kebutuhan untuk melakukan inovasi strategi komunikasi agar tetap mampu menjangkau masyarakat secara luas.

Di sisi lain, analisis lingkungan internal memperlihatkan bahwa Radio Suara Al Iman memiliki sejumlah kekuatan strategis yang dapat dikembangkan. Radio ini didukung oleh konten dakwah yang konsisten, narasumber yang kredibel dari lingkungan STAI Ali Bin Abi Thalib Surabaya, dukungan kelembagaan Yayasan Mamba' Al Ihsan, serta sumber daya manusia yang memiliki komitmen kuat terhadap pengembangan syiar Islam. Modal internal tersebut menjadi landasan penting bagi manajemen untuk tidak hanya mempertahankan eksistensi radio konvensional, tetapi juga melakukan diversifikasi media melalui pengembangan platform digital.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur Program, Dr. Mariono, keputusan mengembangkan konvergensi media bukan sekadar mengikuti tren digital, melainkan merupakan bagian dari strategi organisasi dalam memperluas jangkauan dakwah. Selain tetap mengudara melalui frekuensi 846 AM, Radio Suara Al Iman kini juga mendistribusikan siarannya melalui layanan streaming sehingga dapat diakses dari berbagai wilayah tanpa dibatasi jangkauan frekuensi analog. Untuk program-program dialog, pengelola juga memanfaatkan podcast sebagai media penyimpanan sekaligus distribusi ulang konten dakwah agar dapat didengarkan kembali oleh masyarakat sesuai kebutuhan (on demand). Strategi tersebut diperkuat dengan kehadiran Al Iman TV yang memanfaatkan jaringan satelit dan teknologi streaming, sehingga ekosistem media dakwah yang dibangun tidak lagi bertumpu pada satu platform penyiaran.

Menurut M. Ismet (2020), eksistensi radio online di era digital merupakan wujud konvergensi antara penyiaran konvensional dan teknologi modern, sehingga radio tetap dapat diakses oleh pendengar masa kini. Meskipun mengalami transformasi digital, radio online tidak kehilangan karakter khasnya yang dekat dengan pendengar, serta terus beroperasi sebagai lembaga bisnis maupun sarana dakwah. Integrasi ini khususnya bagi radio yang memiliki jaringan luas serta stasiun siaran konvensional—semakin memperkuat posisi radio sebagai media massa yang relevan dan sulit tergantikan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa formulasi strategi Radio Suara Al Iman berorientasi pada tujuan kelembagaan yang jelas. Berdasarkan dokumen organisasi dan hasil wawancara, pendirian radio ini diarahkan untuk mendukung program pemerintah dalam menghadirkan media yang sehat, edukatif, dan konstruktif, sekaligus menjadi media rujukan dalam pembinaan moral, akhlak, dan karakter masyarakat melalui sinergi antara budaya lokal dan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, orientasi lembaga tidak semata-mata berfokus pada aktivitas penyiaran, tetapi juga menjalankan fungsi pendidikan, dakwah, dan pemberdayaan masyarakat.

Arah strategis tersebut kemudian dijabarkan ke dalam visi organisasi, yaitu menjadi lembaga penyiaran yang mampu menyajikan program-program yang sehat, edukatif, serta mengajak masyarakat untuk menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran Islam.

Visi tersebut diimplementasikan melalui sejumlah misi, antara lain mengembangkan media dakwah sebagai sarana pendidikan dan informasi, menghasilkan program-program yang inspiratif, memperluas wawasan keislaman masyarakat, memperkuat fungsi edukasi dan hiburan bernuansa Islami, menjaga persatuan umat, menghadirkan informasi yang benar dan

berimbang, serta menumbuhkan kecintaan masyarakat terhadap Islam sebagai rahmatan lil 'alamin.

Berbagai rumusan tersebut menunjukkan bahwa visi dan misi organisasi tidak hanya menjadi dokumen administratif, tetapi menjadi pedoman dalam merumuskan kebijakan penyiaran dan arah pengembangan media multiplatform.

Dengan demikian, hasil penelitian memperlihatkan bahwa proses formulasi strategi di Radio Suara Al Iman diawali melalui identifikasi perubahan lingkungan media, pemetaan kekuatan internal organisasi, penetapan tujuan kelembagaan, serta perumusan visi dan misi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Keseluruhan proses tersebut menjadi dasar bagi lahirnya strategi konvergensi media sebagai upaya mempertahankan eksistensi dakwah sekaligus memperluas jangkauan pelayanan informasi kepada masyarakat pada era digital.

Formulasi strategi yang telah dirumuskan tersebut selanjutnya diwujudkan ke dalam berbagai kebijakan operasional melalui tahapan implementasi strategi. Pada tahap ini, manajemen Radio Suara Al Iman tidak hanya menerjemahkan visi dan misi organisasi ke dalam program kerja, tetapi juga mengintegrasikan berbagai platform media sebagai satu kesatuan sistem komunikasi dakwah. Implementasi strategi konvergensi media diwujudkan melalui pengelolaan siaran radio, layanan streaming, podcast, media sosial, televisi, serta berbagai kanal digital lainnya yang saling mendukung dalam memperluas jangkauan dakwah dan meningkatkan keterlibatan masyarakat.

Tabel 1. Matriks Formulasi Strategi Dakwah Multiplatform Radio Suara Al Iman Surabaya

No	Aspek Formulasi Strategi	Temuan Penelitian	Implikasi Strategis
1	Analisis Lingkungan Eksternal	Terjadi perubahan perilaku masyarakat dari pendengar radio analog menuju media digital berbasis internet dan media sosial.	Menjadi dasar perlunya transformasi menuju konvergensi media.
2	Analisis Lingkungan Internal	Memiliki konten dakwah yang kuat, dukungan Yayasan Mamba' Al Ihsan, narasumber kompeten, serta SDM yang menguasai teknologi penyiaran dan media digital.	Menjadi modal strategis dalam pengembangan media dakwah multiplatform.
3	Tujuan Strategis	Memperluas jangkauan dakwah Islam tanpa dibatasi wilayah siaran analog serta meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat.	Mendorong diversifikasi platform penyiaran melalui streaming dan media digital.
4	Visi Organisasi	Mengembangkan media dakwah, memperluas edukasi Islam, memperkuat fungsi informasi, hiburan Islami, serta menjaga persatuan umat	Menjadi pedoman operasional dalam penyusunan program siaran dan pengembangan konten digital.
5	Misi Organisasi	Mengembangkan media dakwah, memperluas edukasi Islam, memperkuat fungsi informasi, hiburan Islami, serta menjaga persatuan umat	Menjadi pedoman operasional dalam penyusunan program siaran dan pengembangan konten digital.

6	Strategi Media	Mengintegrasikan radio AM, streaming, podcast, televisi streaming, dan media sosial ke dalam satu sistem komunikasi dakwah.	Terbentuknya ekosistem media dakwah berbasis konvergensi media.
7	Hasil Formulasi Strategi	Terbentuk strategi pengembangan media dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi digital	Menjadi landasan implementasi strategi konvergensi media pada tahap berikutnya.

Sumber: Hasil observasi lapangan, wawancara dengan Direktur Media Grup Suara Al Iman, dan dokumentasi peneliti (Juli 2026).

Matriks tersebut menunjukkan bahwa formulasi strategi di Radio Suara Al Iman tidak berhenti pada tataran konseptual berupa perumusan visi, misi, dan tujuan organisasi, tetapi telah menghasilkan arah kebijakan yang jelas dalam pengembangan media dakwah berbasis konvergensi media. Seluruh rumusan strategis tersebut selanjutnya diterjemahkan ke dalam berbagai kebijakan operasional melalui pengelolaan siaran radio, layanan streaming, televisi, podcast, serta media sosial yang saling terintegrasi. Dengan demikian, tahap formulasi strategi menjadi landasan utama bagi pelaksanaan implementasi strategi konvergensi media.

Implementasi Strategi Konvergensi Media Radio Suara Al Iman

Perencanaan strategis yang matang tidak akan memberikan dampak tanpa adanya implementasi strategi yang adaptif di tataran operasional. Dalam konteks konvergensi media, Henry Jenkins (2006) menegaskan bahwa implementasi tidak sekadar menyangkut kecanggihan teknologi, melainkan bagaimana industri media mengorganisasikan aliran konten di berbagai platform secara terintegrasi.

Pada tingkatan ini, Radio Suara Al Iman Surabaya melakukan rekonstruksi tata kelola organisasi dengan menerapkan sistem kerja lintas media (***cross-media organizing***). Pihak manajemen mengorkestrasi keterbatasan SDM dan infrastruktur penyiaran agar satu basis produksi konten dakwah dapat didistribusikan secara simultan ke jalur radio analog, Al Iman TV, majalah cetak, hingga platform digital seperti YouTube dan TikTok. Dan ini bagian dari cara mengkonvergensi sistem distribusi informasi atau dakwah di Suara Al Iman.

Konvergensi media merupakan proses integrasi berbagai jenis teknologi, termasuk media cetak, televisi, telepon, dan komputer. Praktik ini telah diimplementasikan oleh jaringan berita global seperti CNN, BBC, dan SKY News, yang memanfaatkan situs web untuk menyatukan seluruh konten berita mereka di berbagai platform digital. (Marhamah & Fauzi, 2021).

Strategi konvergensi media yang diterapkan Radio Suara Al Iman tidak berlangsung secara instan, melainkan berkembang seiring perubahan teknologi komunikasi dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap akses informasi keislaman. Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur Media Grup Suara Al Iman, pengembangan media selalu diawali dengan pemetaan terhadap perkembangan teknologi penyiaran dan perubahan perilaku khalayak. Pada tahap awal, aktivitas dakwah hanya disampaikan melalui siaran analog pada frekuensi AM. Namun, tingginya antusiasme pendengar dari berbagai daerah mendorong manajemen untuk memperluas jangkauan layanan melalui pemanfaatan teknologi streaming, sehingga program siaran dapat diakses tanpa dibatasi oleh cakupan frekuensi radio

konvensional. Langkah tersebut menjadi titik awal transformasi Radio Suara Al Iman dari media penyiaran analog menuju media dakwah berbasis multiplatform.

Perkembangan tersebut berlangsung seiring meningkatnya pemanfaatan teknologi digital di Indonesia setelah era keterbukaan informasi. Meskipun UU Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik maupun UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik tidak mengatur secara langsung penyelenggaraan radio siaran, semangat keterbukaan informasi dan pelayanan publik turut mendorong lembaga penyiaran untuk mengembangkan inovasi media.

Dalam konteks tersebut, Radio Suara Al Iman memanfaatkan momentum perkembangan teknologi dengan mengintegrasikan layanan streaming dan media sosial sebagai bagian dari strategi perluasan dakwah. Beberapa tahun kemudian, konten siaran radio mulai didistribusikan melalui berbagai platform digital, seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan TikTok sehingga jangkauan dakwah tidak lagi bergantung pada media penyiaran analog semata. Transformasi tersebut diperkuat oleh kesiapan sumber daya manusia yang dimiliki Media Grup Suara Al Iman.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar personel media merupakan generasi muda yang memiliki kompetensi di bidang teknologi informasi, produksi konten digital, dan penyiaran. Direktur Media Grup Suara Al Iman, Dr. Maryono, menjelaskan bahwa penguasaan teknologi menjadi modal utama dalam mengembangkan strategi konvergensi media. Menurutnya, Tim kami mencoba melakukan terobosan tidak hanya melalui siaran analog, tetapi juga melalui streaming. Sementara itu, syiar dakwah dan berbagai kegiatan di Masjid Darul Hijrah juga diperluas melalui Instagram, YouTube, dan media sosial lainnya. Alhamdulillah, sebagian besar tim kami menguasai teknologi informasi dan perangkat broadcast sehingga penerapan konvergensi media dapat berjalan dengan baik.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan konvergensi media tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola berbagai platform komunikasi secara terpadu. Implementasi strategi konvergensi media juga tercermin dalam sistem pengelolaan organisasi media. Di bawah koordinasi Yayasan Mamba' Al Ihsan, Media Grup Suara Al Iman membentuk struktur kerja yang membagi tanggung jawab berdasarkan karakteristik masing-masing platform digital. Setiap media, mulai dari radio, YouTube, Instagram, Facebook, hingga TikTok, dikelola oleh koordinator teknis yang memiliki tugas dan tanggung jawab berbeda namun saling terintegrasi. Untuk menjaga kualitas produksi konten dan konsistensi penyiaran, manajemen secara rutin melaksanakan rapat koordinasi, evaluasi program, serta briefing harian pada pagi dan sore hari. Pola koordinasi tersebut menjadi bagian dari strategi pengendalian organisasi dalam memastikan setiap konten dakwah diproduksi secara profesional dan tetap selaras dengan visi lembaga.

Secara kelembagaan, seluruh aktivitas media dikelola dalam kerangka dakwah Islam yang berorientasi pada pelayanan kepada umat, sehingga karakter organisasi lebih menonjol sebagai lembaga nirlaba dibandingkan organisasi bisnis. Meskipun demikian, pengelolaan media tetap menerapkan prinsip-prinsip profesionalisme melalui penempatan tenaga kerja sesuai kompetensinya. Berdasarkan hasil penelitian, Media Grup Suara Al Iman didukung oleh sekitar dua belas personel yang terdiri atas karyawan tetap maupun relawan. Perpaduan antara semangat pengabdian, profesionalisme kerja, penguasaan teknologi, dan sistem koordinasi

yang terstruktur menjadi faktor penting yang mendukung keberhasilan implementasi strategi konvergensi media dalam memperluas jangkauan dakwah Islam di era digital.

Tabel 2. Matriks Implementasi Strategi Konvergensi Media Radio Suara Al Iman Surabaya

No	Aspek Implementasi	Temuan Lapangan	Implementasi Strategis
1	Digitalisasi Penyiaran	Program siaran radio analog disiarkan kembali melalui layanan streaming.	Memperluas jangkauan dakwah tanpa dibatasi wilayah siaran AM.
2	Integrasi Platform	Konten radio didistribusikan melalui YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, dan Al Iman TV.	Mewujudkan konvergensi media dan memperluas distribusi konten dakwah.
3	Penguatan SDM	Tim media didominasi generasi muda yang menguasai teknologi informasi dan penyiaran digital.	Mendukung percepatan adaptasi terhadap perkembangan teknologi media.
4	Pengorganisasian Media	Setiap platform media memiliki koordinator teknis sesuai bidang tugas masing-masing.	Meningkatkan efektivitas koordinasi dan spesialisasi pengelolaan media
5	Koordinasi Organisasi	Dilaksanakan briefing, rapat koordinasi, monitoring, dan evaluasi secara rutin	Menjaga kualitas konten, sinkronisasi program, dan konsistensi penyiaran.
6	Profesionalisme Kerja	Media dikelola oleh perpaduan karyawan profesional dan relawan dakwah.	Menjaga keberlanjutan organisasi dengan tetap berorientasi pada pelayanan dakwah.
7	Orientasi Dakwah	Seluruh platform media digunakan untuk mendukung penyebaran syiar Islam secara terpadu.	Membentuk ekosistem media dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi

Sumber: Hasil observasi lapangan, wawancara dengan Direktur Media Grup Suara Al Iman, dan dokumentasi peneliti (Juli 2026).

Matriks tersebut menunjukkan bahwa konvergensi media di Radio Suara Al Iman diwujudkan melalui berbagai kebijakan operasional yang mencakup aspek teknologi, sumber daya manusia, struktur organisasi, serta integrasi berbagai platform media dakwah. Namun demikian, keberhasilan implementasi strategi tidak hanya ditentukan oleh terlaksananya program-program tersebut, melainkan juga oleh kemampuan organisasi dalam melakukan evaluasi dan pengendalian secara berkelanjutan. Oleh karena itu, tahapan berikutnya yang tidak kalah penting adalah mengkaji bagaimana Media Grup Suara Al Iman melakukan proses evaluasi dan pengendalian terhadap seluruh strategi penyiaran Islam yang telah diimplementasikan, sehingga mampu mempertahankan efektivitas organisasi sekaligus beradaptasi dengan dinamika perkembangan teknologi komunikasi. Evaluasi dan Pengendalian Strategi Penyiaran Islam

Evaluasi dan Pengendalian Strategi Penyiaran Islam

Evaluasi dan pengendalian merupakan tahapan penting dalam manajemen strategi untuk memastikan bahwa seluruh kebijakan dan implementasi media dakwah berjalan sesuai dengan tujuan organisasi. Agar dakwah tetap relevan dan berdampak, evaluasi menjadi pilar

yang sangat krusial. Evaluasi sesungguhnya untuk membaca kebutuhan nyata masyarakat, menetapkan target pesan yang tajam, sekaligus menguji sejauh mana media dakwah mampu menjawab dan merespons tantangan jamaah di lapangan (Al Faqih & Sudrajat, 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, Media Grup Suara Al Iman melaksanakan proses evaluasi secara berkelanjutan melalui rapat koordinasi, monitoring program siaran, serta evaluasi terhadap kinerja setiap unit media. Kegiatan tersebut dilakukan secara rutin, baik melalui briefing harian maupun rapat evaluasi berkala yang melibatkan pimpinan dan tim media. Melalui mekanisme tersebut, setiap kendala teknis maupun nonteknis dapat segera diidentifikasi dan dicarikan solusi sehingga kontinuitas penyiaran dakwah tetap terjaga.

Selain melakukan evaluasi terhadap aspek operasional, pengendalian strategi juga diarahkan pada kualitas konten dakwah yang diproduksi dan didistribusikan melalui berbagai platform media. Pengelola secara konsisten memastikan bahwa seluruh materi siaran tetap sejalan dengan visi lembaga sebagai media dakwah Islam, sekaligus mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi komunikasi dan perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi. Oleh karena itu, proses evaluasi tidak hanya berorientasi pada keberlangsungan siaran radio, tetapi juga mencakup efektivitas integrasi media streaming, televisi digital, serta media sosial sebagai bagian dari strategi konvergensi media. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa pengendalian strategi dilakukan secara menyeluruh terhadap sistem pengelolaan media dakwah, bukan semata-mata pada aspek teknis penyiaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa evaluasi dan pengendalian strategi yang diterapkan Media Grup Suara Al Iman telah menjadi instrumen penting dalam menjaga keberlangsungan organisasi media dakwah di tengah dinamika perkembangan teknologi digital. Sistem evaluasi yang dilaksanakan secara berkesinambungan memungkinkan organisasi melakukan penyempurnaan program, meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, serta memperkuat koordinasi antarunit media dalam satu ekosistem dakwah yang terintegrasi. Dengan demikian, evaluasi dan pengendalian tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme pengawasan organisasi, tetapi juga menjadi bagian dari proses pembelajaran strategis (*strategic learning*) yang mendukung keberlanjutan pengembangan media dakwah berbasis konvergensi media.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Manajemen Strategi Media Dakwah Radio Suara Al Iman Surabaya dalam Mengembangkan Penyiaran Islam di Era Konvergensi Media, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Formulasi strategi media dakwah yang diterapkan Radio Suara Al Iman diawali dengan analisis terhadap perubahan lingkungan media, perkembangan teknologi komunikasi, serta kebutuhan masyarakat akan layanan dakwah yang lebih luas. Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam perumusan visi, misi, tujuan, dan kebijakan strategis yang mengarahkan pengembangan media dakwah berbasis multiplatform.

Implementasi strategi konvergensi media diwujudkan melalui integrasi penyiaran radio analog dengan layanan streaming, Al Iman TV, serta berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok. Implementasi tersebut didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten, struktur organisasi media yang jelas, serta sistem koordinasi

yang efektif sehingga membentuk ekosistem media dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

Evaluasi dan pengendalian strategi dilaksanakan secara berkesinambungan melalui monitoring program, rapat koordinasi, evaluasi kinerja, serta pengawasan terhadap kualitas konten dakwah pada setiap platform media. Mekanisme tersebut memungkinkan organisasi melakukan perbaikan secara berkelanjutan, menjaga konsistensi penyiaran, dan meningkatkan efektivitas pelayanan dakwah kepada masyarakat.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan Radio Suara Al Iman tidak hanya ditentukan oleh pemanfaatan teknologi konvergensi media, tetapi juga oleh penerapan siklus manajemen strategi yang meliputi formulasi strategi, implementasi strategi, serta evaluasi dan pengendalian secara berkelanjutan. Integrasi ketiga tahapan tersebut menghasilkan model pengelolaan media dakwah yang mampu memperluas jangkauan penyiaran Islam sekaligus memperkuat eksistensi media dakwah di era konvergensi media.

REFERENSI

- Al Faqih, R., & Sudrajat, I. (2024). Evaluasi Program Pelatihan di Lembaga Dakwah Baladi Ad-Dakwah Center (BAC) Kresek Menggunakan Model CIPP. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Non Formal*, 2(1).
- Ali, M. A. (2004). *Ilmu dakwah*. Prenada Media.
- Ashima, N. (2023). Podcast sebagai media baru dakwah di era digital. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(1), 589–598. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i1.6561>
- Bahri, S., & Jamaluddin, H. (2024). Analisis strategi manajemen dakwah berbasis media sosial dalam penyebaran nilai-nilai Islam di kalangan generasi muda. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 5(2), 309–317.
- Bryson, J. M. (2011). *Strategic planning for public and nonprofit organizations: A guide to strengthening and sustaining organizational achievement* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Bunt, G. R. (2022). *Hashtag Islam: How cyber-Islamic environments are transforming religious authority* (Updated ed.). University of North Carolina Press.
- Campbell, H. A. (2023). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds* (2nd ed.). Routledge.
- Deniarto, D. (2021, April 1). *Manfaatkan siaran radio sebagai media dakwah agama*. Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Jawa Tengah. <https://jateng.kemenag.go.id/manfaatkan-siaran-radio-sebagai-media-dakwah-agama/>
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (1996). *Strategic management*. Addison-Wesley.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi dakwah*. Remaja Rosdakarya.
- Ismet, M. M. (2020). Perubahan dan inovasi media radio di era digital. *Mediasi: Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 1(2).
- Jalaluddin, M. (2022). Media dakwah: Pemanfaatan bulletin sebagai media dakwah. *Jurnal Dakwah dan Penyuluhan Islam*, 1(1), 58–87.
- Jauhari, M. (2026). Manajemen strategis lembaga dakwah dalam menghadapi era digital. *Journal of Da'wah Studies*, 1(1).
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Munir, M. (2003). *Metode dakwah*. Prenada Media.
- Ngalimun. (2017). *Ilmu komunikasi: Sebuah pengantar*. Pustaka Baru Press.

- Rahayu, M. (2026, Mei 12). *Media sosial dan radio di era konvergensi media*. RRI Samarinda. <https://rri.co.id/samarinda/sudut-pandang/2409433/media-sosial-dan-radio-di-era-konvergensi-media>
- Ritonga, M. (2019). Komunikasi dakwah zaman milenial. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)*, 3(1), 60–77.
- Setiawan, B. A., & Halwati, U. (2022). Manajemen strategi dakwah radio di era digital. *Lisyabab: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 3(2), 237–243. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v3i2.149>
- Soehadha, M. (2012). *Metode penelitian sosial kualitatif untuk studi agama*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Syahri, A. (2018). Spirit Islam dalam teknologi pendidikan di era revolusi industri 4.0. *Attarbiyah*, 28(1), 62–80. <https://ejournal.iainsalatiga.ac.id/index.php/blockediain345/article/view/2268>
- Syam, N. (2019). Re-assessing the development of dakwah science: Dakwah study in academic work discourse. In *Proceeding International Conference of Dakwah and Communications* (pp. 24–26). Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Syukir, A. (1983). *Dasar-dasar strategi dakwah Islam*. Al-Ikhlas.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. (2008).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. (2002).
- Universitas Islam Indonesia. (2022, Agustus 1). *Dakwah kontekstual*. <https://www.uii.ac.id/dakwah-kontekstual/>