

# Integrasi Program Dakwah dan Budaya: Studi Etnografi Virtual Mediamorfosis Radio Nada FM Sumenep Madura

Zainal Abidin Achmad<sup>1</sup>  
z.abidinachmad@upnjatim.ac.id

**Abstract:** This article examines how the pattern of mediamorfosis of Nada FM Radio Sumenep, particularly in regard to the integration between Islamic preaching programs and Madura cultural programs as well the form of interaction between listeners and radio institution within a networked society. This article resulted from qualitative research using virtual ethnography. The findings revealed that the pattern of mediamorfosis using streaming, facebook, twitter, instagram and whatsapp. Second, making the program aimed at strengthening Islamic religious beliefs while maintaining Madura culture. Third, connectivity in a networked society makes the communication of the parties equal, intimate and open to the public. Forth, listeners prefer to use whatsapp to express criticism, including with regard to the suitability of the da'wah theme and the choice of social media.

**Abstrak:** Artike ini membahas pola mediamorfosis yang dilakukan Radio Nada FM Sumenep Madura, khususnya terkait dengan mengintegrasikan program dakwah Islam dan program budaya Madura dalam siarannya serta bentuk interaksi antara pendengar dengan institusi radio dalam masyarakat jaringan. Artikel ini hasil penelitian kualitatif dengan menggunakan etnografi virtual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola mediamorfosis menggunakan *streaming, facebook, twitter, instagram* dan *whatsapp*. *Kedua*, pembuatan program siaran bertujuan memperkuat keyakinan agama Islam sekaligus mempertahankan budaya Madura. *Ketiga*, keterhubungan dalam masyarakat jaringan membuat komunikasi para pihak, menjadi: setara, akrab dan terbuka untuk umum. *Keempat*, pendengar lebih suka menggunakan *whatsapp* untuk mengekspresikan kritik, termasuk terkait dengan tema da'wah dan pilihan media sosial.

**Kata Kunci:** Etnografi virtual, masyarakat jaringan, mediamorfosis, program budaya, siaran dakwah

---

<sup>1</sup> Dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, UPN Veteran Jawa Timur

## Pendahuluan

Bisnis radio, berarti mengelola dua pasar yang berbeda dalam waktu yang sama, yaitu produk siaran yang dihasilkan ditujukan untuk pasar pendengar dan pasar pengiklan. Bisnis radio juga menghasilkan dua jenis produk dalam waktu yang sama, yaitu isi siaran (konten) dan konsumen media (jumlah pendengar). Banyak pihak menilai, bahwa radio siaran swasta yang sukses adalah radio yang mendapatkan penghasilan besar melalui iklan. Pendapat itu tidak sepenuhnya benar dan tidak sepenuhnya salah. Karena banyak faktor pendukung lain yang saling terkait satu sama lain, yaitu: program siaran yang bagus, jumlah pendengar yang banyak, *passion* yang dimiliki pengelolanya, kreativitas para pekerja media di dalamnya, pendapatan yang baik, teknologi siaran yang handal, pendengar yang interaktif, kemampuan untuk berubah, manajemen yang mumpuni dan iklim sosial politik yang kondusif.<sup>2</sup> Beberapa faktor tersebut, yang paling diperhatikan adalah kemampuan radio untuk berubah dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi komunikasi.

Kondisi kompetisi antara radio swasta saat ini, ditentukan oleh kecerdikan melakukan langkah-langkah strategis yang diawali dengan menentukan segmentasi untuk mendapatkan pasar yang diinginkan. Segmentasi adalah pemilihan pendengar potensial sebagai dasar untuk menentukan program yang akan disiarkan sehingga dapat memenuhi kebutuhan pendengar. Radio harus memiliki segmen yang tajam dan jelas yang ingin dicapai (Kasali, 1998). Radio juga selayaknya melakukan *targeting* atau penentuan pasar sasaran, yaitu: mencari, memilih, menentukan dan mencapai pasar yang akan dituju (Masduki, 2006). Diikuti penentuan *positioning* program radio pada pendengar yang berada pada segmen yang dituju (Machfoedz, 2011) dengan membuat program-program siaran dengan format yang dapat diterima oleh pendengar (List, 2003) dan program radio yang baik adalah dapat memenuhi kebutuhan pendengar (Ferne, 2007).

---

<sup>2</sup> Diskusi terbatas dengan H. Luthfi Abdullah dan H. Djoko W. Tjahjo, pengurus PD PRSSNI Jawa Timur, di Sekretariat PD PRSSNI, Jl. Teuku Umar No.14, Surabaya.

Apabila sebuah radio swasta dapat melakukan langkah-langkah strategis tersebut dengan baik, niscaya akan mendapatkan pendengar loyal yang mendukungnya. Semakin banyak pendengar loyal yang mendukung akan semakin menguntungkan radio tersebut. Pendengar loyal adalah pasar yang baik dan dapat berfungsi sebagai sarana promosi yang sangat efektif (Oliver, 1999). Loyalitas terbentuk apabila pendengar merasa nyaman. Semakin pendengar merasa nyaman maka semakin kuat loyalitasnya. Perusahaan radio yang menjadikan loyalitas pendengar sebagai tujuan perusahaan diyakini akan terus bertahan dan memenangi kompetisi (Keller, 2003; Hjarvard, 2008).

Dalam konteks kualitas radio di Jawa Timur, data yang diperoleh dari PD PRSSNI Jawa Timur (PRSSNI Jawa Timur, 2018) dan data dari Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Timur tentang jumlah radio siaran swasta yang berijin tetap dan beroperasi di wilayah Jawa Timur, tidak lebih dari 10 radio siaran swasta resmi yang memilih *positioning* sebagai radio budaya (KPID Jawa Timur, 2017). Menguatnya *trend* budaya populer, menjadikan banyak radio swasta yang memiliki format *news* dan hiburan *pop*. Namun tidak semua radio *pop* dan *hits* meraih sukses dan bertahan (dalam artian memiliki pendengar yang banyak dan penghasilan iklannya cukup), beberapa diantaranya berguguran dan berganti format (Achmad and Alamiyah, 2015). Menariknya, beberapa radio budaya mendapatkan kesuksesan dengan mendapatkan penghasilan iklan secara signifikan dan meraih jumlah pendengar yang banyak, radio-radio tersebut antara lain: Radio Jodhipati FM (Nganjuk), Radio Nada FM (Sumenep), Radio Media FM (Surabaya) dan Radio Sritanjung FM (Banyuwangi).

Khusus radio Nada FM Sumenep memiliki keunikan dalam menggabungkan program siaran dakwah Islam dengan program budaya Madura. Isi siarannya memiliki dua kedekatan sekaligus dengan pendengarannya, yaitu kedekatan agama (Al-hassan, Andani and Abdulmalik, 2011) dan kedekatan budaya (Nguyen, 2008). Kelebihan inilah yang menjadikan *positioning*nya kuat dan sukses mempertahankan pendengar yang loyal. Terlebih dengan kemampuan adaptasi terhadap pemanfaatan teknologi, menjadikan radio Nada FM Radio mampu mengurangi jarak antara penyiar dengan pendengar. Program siarannya

memberi kemungkinan bagi institusi radio (tim kreatif, music director, programmer, producer, penyiar) dan pendengar, untuk memainkan peran yang sama sebagai produsen siaran. Pendengar harus diposisikan sebagai saksi atas berbagai peristiwa, melalui wawancara, liputan atau dialog dan disiarkan. Radio harus memberi kesempatan kepada pendengar untuk didengar (Benjamin, 2003).

Radio Nada FM Sumenep melakukan mediamorfosis untuk beradaptasi terhadap tuntutan regulasi, pendengar dan teknologi. Kemampuannya beradaptasi memberikan keuntungan dalam fungsi pewarisan budaya dan memperkuat identitas budaya Madura. Sebagaimana salah satu hasil penelitian yang menyatakan bahwa bersiaran dengan menggunakan identitas budaya lokal (bahasa dan kesenian tradisional) menjadikan keunggulan program yang dimiliki sebuah radio budaya (Bosch, 2014).

Peneliti mengajukan teori bahwa mediamorfosis radio dakwah dan budaya ini memberikan perubahan kepada pendengarnya dalam cara, pola, tempat, waktu dan motivasi berkomunikasi. Jarak antara institusi radio dengan pendengar menjadi semakin dekat dan akrab. Pendengar radio yang dulunya tidak terlihat, memiliki *privacy* dan pasif, berubah menjadi dapat dilihat dan didengar, terbuka identitasnya, interaktif dan partisipatif (Bonini and Monclús, 2015). Pendengar dan penyiar terlibat secara partisipatif dengan memanfaatkan *facebook*, *streaming*, *instagram* dan *whatsapp*, karena menjadi masyarakat jaringan dalam dunia virtual.

Pergeseran radio Nada FM dari media konvensional menjadi lebih kompleks dengan pemanfaatan teknologi komunikasi, disertai berubahnya karakteristik pendengar radio, dianalisis dengan teori masyarakat jaringan dari Manuel Castells. Pertimbangannya adalah relasi kehidupan antara institusi radio Nada FM dengan pendengarnya berada pada dua dunia yaitu nyata dan virtual. Salah satu dampak dari relasi dua dunia ini adalah berubahnya nilai pendengar radio. Pendengar radio bukan lagi sebagai konsumen dan komoditas belaka, mereka bernilai sebagai partisipan dan produsen program siaran radio.

Radio Nada FM Sumenep membuktikan bahwa memadukan program siaran dakwah Islam dengan program siaran budaya dapat

meraih sukses. Sukses dalam membangun loyalitas pendengar dan meraih pendapatan iklan. Kesuksesan ini tidak lepas dari kemampuan radio Nada FM untuk memanfaatkan kedekatan relasinya dengan para pendengar dan didukung kemampuannya beradaptasi dengan kemajuan teknologi komunikasi. Radio Nada FM sangat menyadari bahwa adaptasi terhadap teknologi komunikasi untuk mendukung siaran radio, merupakan sebuah keniscayaan (Achmad and Ida, 2015).

Di sinilah kelebihan radio Nada FM Sumenep, loyalitas yang berusaha diwujudkan adalah loyalitas konatif yang mengandung komitmen kuat bagi pendengarnya untuk selalu mendengarkan program-program siarannya dan loyalitas tindakan yang mendorong pendengarnya untuk mengikuti kegiatan *off-air* serta melakukan berbagai aksi sukarela yang mempengaruhi perubahan dalam masyarakat (Myers, 2009).

Pemanfaatan teknologi komunikasi yang dimanfaatkan untuk mendukung siaran radio merupakan proses mediamorfosis (Fidler, 1997) yang dilakukan oleh radio Nada FM. Adapun teknologi komunikasi yang dimanfaatkan, antara lain: *facebook*, *streaming*, *instagram* dan *whatsapp*. Sejak melakukan proses *mediamorfosis*, harus diakui bahwa teknologi semakin mendekatkan hubungan institusi radio Nada FM (director, station manager, programmer, produser, music director, tim kreatif, dan penyiar) dengan pendengarnya. Keterhubungan yang berawal dari *facebook*, menjadikan para pihak tersebut hidup dalam dunia *virtual* dan berjejaring (masyarakat jaringan). Hubungan antara institusi radio nada FM dan pendengarnya semakin akrab, setara dan terbuka. Kehidupan dalam masyarakat jaringan menjadikan pendengar radio tidak sebatas sebagai konsumen dan komoditas belaka, namun berkembang menjadi produsen program siaran radio.

Mediamorfosis bukanlah sekadar teori tetapi sebagai cara berpikir yang terpadu tentang evolusi teknologi media komunikasi. Mediamorfosis memberikan pemahaman bahwa bentuk media merupakan bagian dari sebuah sistem yang saling terkait, dan memiliki hubungan antara bentuk media yang muncul di masa lalu, masa sekarang, dan yang akan muncul di masa depan, sedang dalam proses kemunculannya. Kemunculan media baru tidak membutuhkan waktu yang lama dan saat

bentuk media komunikasi baru muncul, bentuk media yang terdahulu biasanya tidak mati tapi beradaptasi (Baltzis, 2004). Contohnya mengenai ramalan kematian radio, surat kabar, majalah dan film. Kehadiran televisi diperkirakan akan memenangi persaingan atas semua media yang ada sebelumnya. Kenyataannya masing-masing media tersebut terbukti ulet dan dapat beradaptasi. Hal ini menggambarkan prinsip penting dalam mediamorfosis, yaitu kewajaran dari sebuah akibat. Bahwa bentuk komunikasi yang ada terdahulu, harus berubah dalam menghadapi kemunculan media baru (Epstein, 2018).

Untuk itulah, penelitian ini bertujuan untuk melakukan: 1) pemetaan pola mediamorfosis yang terjadi di radio Nada FM; 2) menjelaskan perubahan komunikasi yang terjadi ketika radio Nada FM ber*mediamorfosis* memanfaatkan teknologi komunikasi untuk bersiaran; 3) mendeskripsikan peran institusi radio Nada FM dan pendengarnya dalam panyampaian dakwah Islam dan pelestarian budaya Madura. Hasil yang diperoleh merupakan jawaban dari beberapa pertanyaan penelitian berikut ini: Bagaimanakah proses mediamorfosis radio Nada FM sehingga memiliki *positioning* sebagai radio dakwah dan budaya? Bagaimanakah bentuk perubahan relasi yang terjadi antara institusi radio Nada FM dengan pendengarnya? Bagaimana peran instiusi radio Nada FM dan pendengarnya dalam memadukan program siaran dakwah Islam dengan budaya Madura?

## Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan etnografi virtual. Penggunaan etnografi virtual didasari pertimbangan bahwa pada era konvergensi media saat ini, pendengar dan penyiar radio tidak hanya hidup di dunia nyata melainkan juga di dunia virtual. Untuk itulah, peneliti selain melakukan etnografi di lapangan, juga mela-

kukan etnografi di dunia virtual. Langkah ini dilakukan agar peneliti dapat mengidentifikasi perilaku penghuni dunia virtual sebagai fitur terpenting dari suatu penelitian etnografi virtual (Achmad and Ida, 2018), terutama untuk mempelajari pola mediamorfosis radionya, relasi sosial para pendengarnya, konten komunikasi antara penyiar dengan pendengar. Etnografi virtual dilakukan melalui keterlibatan partisipatif peneliti sebagai anggota masyarakat jaringan dalam waktu tertentu dengan mempertimbangkan kebutuhan data dan analisis (Parks and Floyd, 1996).

Bentuk observasi partisipan yang dilakukan peneliti, antara lain: mengamati situasi dan aktivitas siaran di studio, mengamati interaksi pendengar dengan penyiar di studio dan di luar studio dan melibatkan diri dalam sosial media (*facebook*, *whatsapp* dan *instagram*) bersama pendengar dan penyiar. Penelitian ini membutuhkan waktu 1 tahun aktivitas di dunia virtual dan 20 hari berinteraksi dengan institusi radio Nada FM dan para pendengarnya di Sumenep.

Observasi partisipan ini di pilih karena: (1) peneliti berkepentingan memahami keseluruhan konteks sosial, (2) peneliti berkepentingan mendapatkan pengalaman langsung, (3) peneliti dapat melihat hal-hal yang kurang atau tidak diamati orang lain, 4) peneliti dapat menemukan informasi-informasi yang bersifat sensitif atau ingin ditutupi, 5) peneliti dapat menemukan hal-hal di luar persepsi subyek, 6) peneliti dapat mengumpulkan data yang kaya sekaligus kesan pribadi (Fine, 2003).

Pengumpulan data selain dilakukan melalui sumber sekunder (seperti: dokumen, artikel, berita tentang keterkaitan media radio, dakwah Islam, program budaya dan teknologi penyiaran), juga melalui wawancara mendalam untuk mendapatkan opini, persepsi dan sikap informan terkait mediamorfosis dan pembuatan program siaran. Peneliti melakukan interaksi dan partisipasi aktif pada: *audio streaming* resmi radio Nada FM (<http://www.nadafm.net/>), akun resmi *facebook* radio Nada FM (<https://www.facebook.com/profile.php?id=100012074612446>), akun resmi *instagram* radio Nada FM (<https://instagram.com/nadafmsumenep?igshid=8sbsbtksnam>), *akun*

resmi *twitter* radio Nada FM ([https://twitter.com/nada\\_fm?lang=en](https://twitter.com/nada_fm?lang=en)) dan grup *whatsapp* “Penikmat Nada FM” yang beranggotakan *manajer*, *programmer*, *marketing*, penyiar, tokoh budaya, tokoh masyarakat, birokrat dan pendengar-pendengar *loyal* radio Nada FM. Peneliti juga berkomunikasi dan mengamati (bukan sekedar *stalking* atau mengikuti) *akun facebook* seluruh informan. Informan-informan tersebut, antara lain: Ibnu Hajar (budayawan Madura), Agus Suryadi (station manager), Ahmad Jailani (programmer), Ridwan (penyiar), Merry Rafika (penyiar), Sudap Hafiz (pendengar), Eka Rizka (pendengar) dan Rikso (pendengar). Khusus Rikso, tidak memiliki akun *facebook* karena penyandang disabilitas netra. Tujuan dari *observasi* partisipatif di dunia virtual adalah untuk memperoleh pola, waktu, isi dan motif berkomunikasi seluruh informan.

Kemudahan akses yang diperoleh tersebut, karena peneliti memenuhi syarat utama penelitian *etnografi virtual*, yaitu peneliti menyatakan secara terus terang kepada subyek penelitian bahwa sedang melakukan penelitian. Meskipun pada hal-hal tertentu, penggalian informasi dilakukan secara tersamar. Jumlah informan dalam penelitian etnografi virtual tidak ditentukan banyaknya, tetapi disesuaikan dengan tujuan penelitian dan kepentingan analisis. Yang terpenting adalah kebutuhan peneliti untuk membandingkan pengalaman para informan, dengan mempertimbangkan perbedaan usia, pekerjaan, pilihan sarana interaksi dan lamanya waktu mengunjungi dunia virtual (Hine, 2000, 2005; Schaap, 2002; Hair and Clark, 2003; Achmad and Ida, 2018).

Kesulitan awal yang dialami peneliti adalah saat berusaha memasuki komunitas *virtual* yaitu para pendengar radio Nada FM yang menjadi bagian dari masyarakat jaringan. Mereka yang aktif dan eksis di dunia *virtual*, seperti *facebook*, *instagram*, *chat room* dan grup *whatsapp*. Para pendengar ini umumnya sudah terorganisir mapan dalam komunitas masing-masing. Kuncinya adalah membangun komunikasi dengan *programmer*, penyiar dan pendengar *loyal* yang menjadi admin dan aktif dengan *akun-akun virtualnya*.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan beberapa tahapan *etnografi virtual*. Langkah pertama, mengidentifikasi kelompok sosial agar



dapat memasuki dan menjadi bagian daripadanya. Peneliti memasuki grup *whatsapp*, mengikuti *akun facebook* dan akun instagram radio Nada FM dengan persetujuan pengelola laman dan *admin* grup.

Langkah kedua, peneliti melakukan negosiasi *akses*. Setelah peneliti dapat memasuki komunitas dengan mendapatkan izin dari anggota *komunitas* (bertentangan dengan praktik pada *etnografi konvensional* yang melakukan penelitian dan pengamatan tanpa perlu mendapatkan pengakuan kehadiran). Peneliti menjelaskan tujuan *riset*, peran peneliti dan yang diteliti serta menawarkan manfaat penelitian bagi mereka yang diteliti.

Langkah ketiga, peneliti melakukan hubungan dengan para informan melalui *observasi* partisipan. Keterlibatan langsung peneliti dalam dunia *virtual* ini dapat mengamati fenomena relasional, pola konflik, memahami setiap temuan dan mendapatkan kedalaman informasi yang layak.

Langkah keempat, peneliti melakukan wawancara mendalam secara *dialogis* dan interaktif. Peneliti mengeksplorasi makna tersembunyi bersama subjek, memverifikasi setiap pemahaman sebelum memberikan analisis lebih lanjut dan memberikan kritik. Proses wawancara *etnografi* ini disebut sebagai “berbagi pengalaman bersama” (Sapsford and Jupp, 2006; Guest, Namey and Mitchell, 2013) dan inilah yang membedakan dari praktik wawancara penelitian lainnya, karena wawancara dalam *etnografi* memberi manfaat dalam hal kedalaman dan kekayaan hasil. Wawancara dilakukan secara *online* (mengggunakan *chatting*, interaksi *real time*) dan *offline* (interaksi tatap muka).

Langkah kelima, peneliti mengembalikan analisis riset kepada masyarakat. Berbeda dengan *etnografi konvensional* yang sekadar cenderung mengikuti alur wawancara dan dilakukan analisis, *etnografi virtual* cenderung untuk kritis, memastikan bahwa setiap perkembangan teori dan temuan dikembalikan ke para pihak yang diteliti. Hal ini penting dilakukan, jika penelitiannya bertujuan untuk menghasilkan perubahan *emansipatoris*.

Peneliti mendapatkan kemudahan akses atas bantuan para informan, melalui beberapa cara. Cara pertama, peneliti dilibatkan dalam siaran *on-air* di radio Nada FM. Sebagai institusi bisnis, radio Nada

FM memiliki kebanggaan karena menjadi subyek penelitian. Diskusi *on-air* antara penyiar radio dengan peneliti, mendapatkan sambutan baik dari pendengar radio. Cara kedua, peneliti dilibatkan dalam kegiatan *off-air* ketika pendengar radio dalam komunitas virtual (grup whatsapp Penikmat Nada FM) bertemu untuk acara tertentu. Peneliti dipertemukan dengan *ustadz* yang menjadi pengasuh acara *dakwah* Islam dalam suatu pengajian. Peneliti dipertemukan dengan budayawan dan pecinta musik tradisional madura. Peneliti dilibatkan dalam kegiatan promosi produk melalui acara jalan sehat.

Peneliti menerapkan strategi dasar dari sebuah penelitian *etnografi virtual* yang kritis, yaitu menawarkan *agenda emansipatoris* dengan memberikan kesempatan kepada *informan*, untuk melakukan identifikasi dan penilaian terhadap studi ini. Apakah studi ini memberi pengaruh dan pengharapan terhadap kehidupan para *informan* (pekerjaan, penghasilan, jaringan)? Apakah para informan nantinya dapat berperan untuk mendukung perubahan yang ditawarkan atau mereka terlibat dalam perubahan tersebut?

Radio Nada FM adalah radio siaran swasta pertama yang lahir di pulau Madura. Sebagai radio *komersial* paling tua tentu memiliki perjalanan sejarah paling panjang dibandingkan radio lain yang ada di Madura. Keberanian mendirikan radio siaran swasta ini membutuhkan nyali dan perhitungan bisnis yang cermat. Salah satu alasan terkuat pendirian radio Nada FM, adalah kehadiran RRI Sumenep (dulu bernama Radio Republik Indonesia Cabang Pratama Sumenep) yang telah berdiri lebih dulu pada bulan April tahun 1968. Sebagai radio pemerintah, RRI tidak dapat menerima iklan, sedangkan di Madura belum ada satupun radio siaran swasta. Inilah salah satu

Hasil dan  
Pembahasan

pertimbangan bisnis radio Nada FM. Sedangkan alasan pemilihan Sumenep sebagai lokasi pendirian radio Nada FM, karena pertimbangan faktor *historis* dan *kultural*, *geografis* dan sumber daya manusia masyarakat Sumenep.

Pada saat resmi berdiri tanggal 23 Juli 1971, radio Nada FM memiliki nama “PT. Radio Double One” melalui notaris Soetjipto. Teknologi yang digunakan pertama kali adalah pemancar AM dengan ijin menggunakan *frekuensi* 1440 Khz. Sebagaimana karakter masyarakat Sumenep yang Islami, serta menjunjung tinggi adat istiadat dan kebudayaan luhur Madura, maka semua program radio Double One AM berakar pada melayani kebutuhan masyarakat Sumenep terhadap berita, pendidikan agama, budaya dan hiburan.

Sejak pemberlakuan UU Penyiaran tahun 2002 banyak radio di berbagai kota beralih dari AM dan FM. Sementara perkembangan teknologi komunikasi memungkinkan telepon genggam untuk mendedengarkan radio *frekuensi* FM. Sehingga, pada *momentum* peralihan kepemilikan dan pengelolaan oleh manajemen baru, radio Double One AM melakukan perombakan. Pada tanggal 16 Oktober 2004, Radio Double One AM berubah menjadi “Radio Nada FM”, sekaligus beralih dari pemancar AM ke FM dengan ijin penggunaan *frekuensi* di 102,9 Mhz. Dari pemancar AM berkekuatan 500 W (dengan daya jangkau mencapai  $\pm 90$  Km<sup>2</sup>) menjadi pemancar FM berkekuatan 5.000 W (dengan daya jangkau mencapai  $\pm 90$  Km<sup>2</sup>). Sejak beralih ke FM, Radio Nada FM dikenal dengan kualitas *audio stereo* yang jernih dan kuat pancarannya hingga ke kepulauan di wilayah Sumenep, meskipun lokasinya tidak berpindah dari Jl. KH. Mansyur 65 A, Sumenep. Tidak heran jika radio Nada FM memiliki jumlah pendengar yang paling banyak di Sumenep.<sup>2</sup>

Pada awal berdiri, radio Nada FM ini memiliki bobot musik Islami dan musik Madura yang tidak terlalu banyak. Porsinya 50% musik Indonesia, 30% musik barat, 20% musik Madura dan Islami. Sejak beralih kepemilikan tersebut, penguatan pada *multi segmen* dibenahi.

---

<sup>2</sup> Suara yang dihasilkan radio Nada FM dinilai *bungkol* (terdengar bulat dan jernih) oleh masyarakat Sumenep, berdasar hasil wawancara dengan beberapa pendengar setia radio Nada FM, Nopember 2018.

Koleksi musik barat, musik Indonesia, musik lokal Madura dan musik Islami diperbarui. Lagu-lagu berbahasa Madura diberi porsi hingga 40%, sisanya untuk lagu-lagu berbahasa Indonesia, Arab dan Barat. Untuk memperkuat identitas sebagai radio *dakwah* Islam dan radio budaya Madura, setiap *opening* dan *closing* program menggunakan *Salam* sesuai ajaran Islam dan *instrumen saronen*.<sup>3</sup>

Jenis musik terkini yang disukai masyarakat Sumenep adalah musik *Ul-Daul*. Musik *ul-Daul* kental pengaruh perkusi timur tengah (beduk) dan alat musik seadanya, yang awalnya dimainkan untuk membangunkan orang untuk *sahur* dan saat malam *tabkiran* (Tamimi, 2019). Jenis musik yang saat ini paling banyak diputar di radio Nada FM adalah dangdut Madura, dengan berbagai varian *instrumen* tambahan. Ada yang di *kolaborasi* dengan *hadrah*, *saronen* bahkan ada *patrol* (bambu yang dipukul). Dua tahun terakhir ada kecenderungan, mengubah lagu-lagu pop atau dangdut terkenal, yang ber lirik bahasa Indonesia, Bahasa Jawa bahkan Bahasa *Hindi* (India), menjadi lirik bahasa Madura.

Radio Nada FM melakukan pembenahan di redaksi pemberitaan dengan penambahan SDM untuk posisi *reporter* untuk program liputan. Saat itu tidak ada radio di Sumenep yang menyiarkan tentang berita dan isu-isu lokal tentang Sumenep dan sekitarnya. Selain itu juga melakukan pembaruan perangkat teknologi pendukung siaran, seperti: studio rekaman, komputer *editing*, *mixer*, komputer untuk *on air* dan lain lain. *Manajemen* baru radio Nada FM memiliki *komitmen* untuk mengedepankan *edukasi* bagi masyarakat Sumenep meskipun berstatus sebagai radio siaran swasta. Untuk itulah semua program informasi dan informasi selalu menegaskan dakwah Islam dan identitas budaya Madura. Tujuannya agar radio Nada FM diterima dan menumbuhkan rasa memiliki masyarakat Sumenep.

Kesuksesan radio Nada FM adalah ketika dipercaya untuk mengelola banyak kegiatan promosi produk atau kegiatan besar, bahkan mendapat sebutan sebagai radio *event organizer*. Karena memiliki basis

---

<sup>3</sup> Diskusi dengan mas Ahmad Jailani (Ajay), sambil bersiaran di studio, 1 Nopember 2018. Peneliti diwawancarai *on air* tentang penelitian di radio Nada FM. Mas Ajay adalah *programmer* yang merangkap sebagai penyiar.

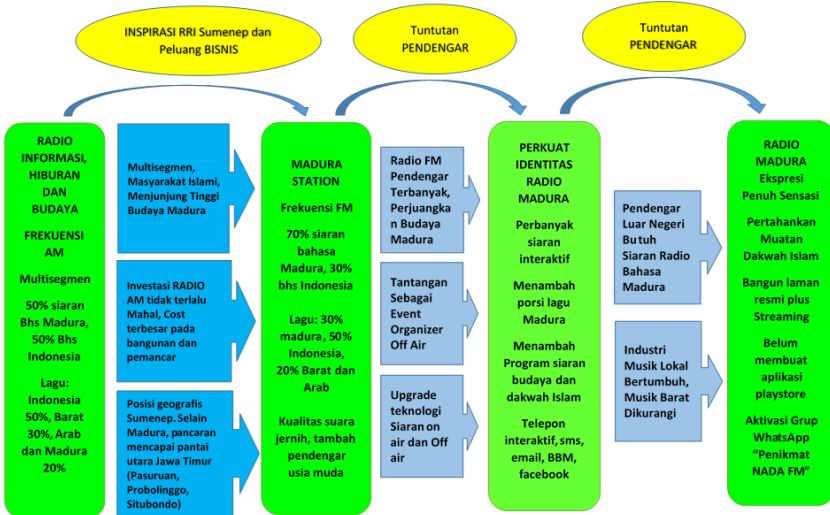
pendengar yang besar, sehingga dalam setiap pelaksanaan acara *off-air* selalu berhasil menarik *animo* masyarakat Sumenep sebagai sasaran promosi. Beberapa kegiatan tersebut, antara lain: jalan sehat massal, senam massal, peringatan hari besar Islam, *touring*, *launching* produk, panggung hiburan, promo produk, seminar, pengajian-pengajian, kerjasama dengan TV seperti acara *grebek* pasar, dan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti sunatan massal dan santunan anak yatim piatu. Akibat sering mengadakan kegiatan *off-air* hingga ke pelosok desa (di Sumenep dan Pamekasan), radio Nada FM semakin dekat dengan masyarakat.

Tantangan sebagai *event organizer* membutuhkan pengembangan sumber daya baik itu tenaga lapangan (reporter, penyiar, teknisi) hingga perangkat teknologi siaran (peralatan siaran liputan langsung dan siaran bergerak). Kebutuhan peningkatan kualitas SDM dan teknologi tidak bisa ditawar lagi. Pengembangan radio *streaming* yang dilakukan radio Nada FM saat ini, memiliki kecepatan unggah sebesar 96 kbps *bitrate*, dengan jumlah maksimal 100 perangkat terkoneksi. Jika lebih dari 100 sambungan, siaran yang diterima menjadi tersendat-sendat.

Sebagai kabupaten yang memiliki masyarakat islami, kebutuhan masyarakat Sumenep terhadap siaran agama juga tinggi. Pendengar radio semakin kritis menuntut program *dakwah* yang tidak monoton berupa ceramah seperti era radio Double One AM. Saat ini telah dilakukan perubahan, format siaran ceramah agama di siang hari dirubah menjadi format *ustadz/ustadzah* menjawab pertanyaan pendengar masalah agama Islam dengan tema yang telah diinformasikan melalui *facebook* dan *whatsapp*. Pada sore hari ada format siaran *dakwah* partisipatif yaitu pendengar dapat bertanya jawab secara langsung dengan *ustadz/ustadzah* sesuai tema yang disampaikan di awal siaran. Terkadang diawali dengan *fragmen* 2 hingga 3 orang penyiar, lalu dibahas secara partisipatif. Tentu saja, dalam seluruh siaran partisipatif tersebut, penggunaan bahasa Madura tidak terelakkan. Penggunaan bahasa Madura diwadahi secara baik dengan memaksimalkan pemanfaatan teknologi komunikasi (peningkatan kualitas jaringan telepon selama *on air*, *whatsapp* dan yang terbaru dengan *live streaming* di *facebook*). Sedangkan untuk siaran program berita dan informasi, ra-

dio Nada FM menampilkan versi lengkapnya melalui laman *nadafm.net* dan *twitter*.

Peralihan radio Nada FM dari frekuensi AM menjadi FM, disertai perubahan format program dengan dukungan pemanfaatan teknologi komunikasi, dapat digambarkan dengan dalam pola *mediamorfosis* berikut ini:



Gambar 1: Pola *Mediamorfosis* Radio Nada FM

Salah satu acara unggulan yang mengintegrasikan peran radio Nada FM sebagai radio dakwah Islam dan radio budaya Madura adalah acara *Dogma* (dialog agama). Acara *Dogma* sangat disukai oleh masyarakat Sumenep dan sekitarnya, karena di Madura pada umumnya banyak terdapat pondok pesantren. Acara *Dogma* adalah siaran yang agama Islam dengan mendatangkan narasumber *kyai*, *nyai*, *ustadz* atau *ustadzah* dari berbagai organisasi Islam dan pondok pesantren di Sumenep dan sekitarnya. Bahasanya tematik menjawab pertanyaan dari pendengar yang telah dikirimkan kepada redaksi melalui *whatsapp* dan *facebook*. Tema bahasanya seputar *hadits*, *fiqih*, *kitab kuning*, hingga kisah-kisah Nabi dan para sahabat. Menariknya semua kajian disampaikan dalam bahasa Madura *dialek* Sumenep. Narasumber yang dipi-

lih, selalu menyampaikan jawaban dari sumber *Alquran*, *Hadits* dan berbagai *mazhab* besar dalam Islam. Mereka selalu menghindari untuk membenarkan salah satu pandangan *ulama* saja.

*Komitmen* radio Nada FM untuk dakwah Islam juga ditunjukkan melalui program *Embun Pagi* yang disiarkan usai *sholat Subuh*. Apabila program *Dogma* dikemas seperti model pelajaran agama di pondok pesantren, program *Embun Pagi* berupa siaran rekaman ceramah dari berbagai *kyai* dan *ustadz* ternama tingkat nasional (berbahasa Indonesia). Program ini banyak didengarkan oleh penduduk Sumenep yang berada di pedesaan dan sebagian penduduk Pamekasan bagian timur.

Radio Nada FM memiliki menu kajian agama Islam dan program budaya Madura yang paling lengkap apabila dibandingkan dengan radio lain yang ada di Madura. Lagu-lagu bahasa Madura dan musik *haddrah* dengan lirik bahasa Madura berkembang dengan baik. Demikian juga untuk program berita, meski terdapat siaran berita pagi nasional dengan menggunakan dua bahasa, Bahasa Indonesia dan Bahasa Madura. Penyiar membacakan berita dalam Bahasa Indonesia, namun dengan santai ulasan berita disampaikan dalam bahasa Madura. Namun program pagi yang paling ditunggu adalah *Pangestho Madura* (artinya berkah atau restu Madura), yaitu program berita berisikan liputan tentang peristiwa ekonomi, politik, hukum dan kriminal dan berbagai *issue* di kabupaten Sumenep, yang disampaikan dalam bahasa Madura *dialek* Sumenep.

Program lain yang sarat dengan muatan budaya Madura adalah *Tambhana Kaso* (artinya obat lelah). Siaran interaktif dengan tema bermacam-macam tergantung berita dan *issue* yang lagi *viral*. Misalnya peristiwa penculikan anak, *terorisme*, musim tanam tembakau, pentas budaya hingga bencana alam. Program ini didedikasikan sebagai obat rasa lelah untuk para pendengar *loyal* yang sibuk dengan pekerjaannya. Pendengar dapat menyampaikan *uneg-unegnya*, sumbang saran dan kritiknya terhadap tema pembicaraan.

Radio Nada FM juga dapat menjadi sarana belajar memahami bahasa Madura. Seperti pengalaman mbak Riska (pemilik usaha perawat-tan sepatu dan tas) yang bukan orang asli Madura.

“Saat pindah ke Sumenep pada tahun 2005, saya sama sekali tidak bisa berbahasa Madura. Kepindahan ini karena mengikuti ayah yang PNS pindah tugas dari Bogor. Sebagai remaja SMP waktu itu, saya belajar bicara bahasa Madura dari teman-teman sekolah. Syukur alhamdulillah ada siaran-siaran di radio Nada FM yang membantu saya memahami bahasa Madura. Apalagi sekolah saya, SMP Negeri 1 Sumenep, yang ada di Jalan Payudan Barat hanya berjarak 200 meter dari studio radio Nada FM yang ada di Jl. KH. Mansyur. Tiap pulang sekolah, saya dengan teman-teman jalan kaki berkunjung ke studio.”

Terdapat program khusus tentang pengajaran bahasa Madura bernama *Pamerte Bhasa Madhura*. Namun hanya mampu bertahan selama 3 tahun, karena peminatnya menurun dan sulit mendapatkan narasumber guru bahasa Madura. Program itu digagas Bapak Ibnu Hajar, Bapak H. Imron, dan Bapak H. Sukkur dari Tim Nabara (Pembina Bahasa Madura) Kabupaten Sumenep. Program ini mengkaji Bahasa Madura dalam berbagai dimensi, tentang sejarahnya, tingkatan bahasa hingga *filosofinya* dalam mengajarkan pesan moral. Bahasa Madura memiliki kesamaan dengan bahasa Jawa tentang tingkatan bahasanya. Jika bahasa Jawa mengenal 3 tingkat, Kalau *Ondheggha Bhasa* (tingkatan Bahasa) Madura ada 5 tingkat. Kalau sebaya itu *Sengko'* (Saya), kalau agak tua *Bule*, agak tua sedikit *Kaula*, agak tua sedikit lagi *Abdhina* dan yang paling hormat lagi *Abdhi Dhalem*. Kata *Ba'na* (Kamu) digunakan kalau berkomunikasi dengan yang seumuran, di atasnya *Dhika*, di atas sedikit *Sampeyan*, di atasnya *Panjenengan*, dan paling atas *Pandhana*.<sup>4</sup> Tingkatan bahasa menunjukkan rasa hormat dan penghargaan, itulah nilai moral dalam Bahasa Madura. Sehingga siaran di radio Nada FM tidak menggunakan Bahasa Madura tingkat pertama.

Program dakwah sekaligus budaya yang unik adalah *andhap asor* didasari tentang ukuran pergaulan sosial orang Madura yang berlandaskan syariat agama Islam. Orang Madura memiliki ukuran terhadap perilaku baik dalam pergaulan sosial yaitu *andhap asor* (rendah ha-

<sup>4</sup> Pernyataan dari budayawan Madura, bapak Ibnu Hajar. Berbeda dengan beberapa pendapat lain tentang struktur bahasa Madura yang dikenal hanya memiliki 3 tingkatan Bahasa.



ti). *Andhap asor* mensyaratkan kesantunan, kesopanan, penghormatan, dan nilai-nilai luhur lainnya yang harus dimiliki orang Madura sejalan dengan ajaran hidup sederhana dalam Islam. Sehingga bagi orang Madura, menilai orang tidak dari segi luarnya tapi lebih pada hatinya. Seperti ungkapan *raddin atena, bhegus tengka gulina* (jika cantik hatinya, prilakunya pasti baik).

Siaran radio Nada FM yang menggunakan bahasa Madura sebagai pengantar, harus dimaknai sebagai peran radio dalam mempertahankan penggunaan bahasa lokal. Dengan kata lain, radio Nada FM turut mempertahankan dan melestarikan budaya lokal. Keberanian dan konsistensi radio Nada FM untuk bersiaran menggunakan bahasa Madura, dapat menunjukkan identitas dari satu daerah dan menjadikan radio tersebut memiliki daya tarik (Durant and Lambrou, 2009). Jika dikaitkan peran untuk melestarikan bahasa lokal, media radio mempunyai peran lebih efektif. Karena radio adalah media yang menggunakan bahasa tutur dalam siarannya. Melalui bahasa *tutur*, kita lebih memahami tentang cara pengucapan dan *variasi-variasi* bahasa yang tidak kita dapatkan dalam bahasa tulis.

Bahasa *tutur* menjadi alat utama dalam menyampaikan pesan dari radio kepada pendengarnya. Bahasa tutur memperkuat karakter radio untuk menumbuhkan kedekatan *emosional* dengan pendengar. *Intonasi* dan *variasi* bahasa dari suara penyiar menjadikan pesan lebih mudah dimengerti oleh pendengar, dan menghilangkan *ambiguitas* (Crisell, 1994). Jika bahasa Madura lebih sering diperdengarkan, maka pendengar dapat lebih mengenal bahasa Madura tersebut daripada Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris atau bahasa asing lainnya. Di sinilah pentingnya peran bahasa *tutur* untuk memahami bahasa lokal. Gaya bahasa atau *variasi* berbahasa dapat didengar dari percakapan atau bahasa tutur, dan bukan dari tulisan. Untuk itu, media radio dinilai memiliki peran terdepan untuk menginternalisasikan pengucapan bahasa lokal.

Kepedulian dan *komitmen* radio Nada FM dalam mempertahankan dan menyebarkan budaya Madura tidak hanya sebatas bersiaran. Radio Nada FM juga menyuarakan tuntutan masyarakat ke dalam *ranah* politik. Beberapa hasil perubahan terhadap penguatan identitas budaya Madura yang disuarakan radio Nada FM dan didesakkan me-

lalui Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dan Pemerintah Kabupaten Sumenep adalah perubahan nama-nama jalan raya di pusat kota dengan nama-nama tokoh agama, bupati dan tokoh pejuang dari Sumenep, diantaranya: Aria Wiraraja dan Sultan Abdurrahman. Penamaan jalan tersebut disertai tulisan *Carakan Madura* (seperti huruf Jawa). Termasuk mendesak tuntutan agar bahasa Madura masuk ke dalam mata pelajaran muatan lokal. Terdapat kekuatiran di kalangan budayawan bahwa suatu saat bahasa Madura dengan tingkatan bahasa itu akan punah. Dulu Bahasa Madura masuk kurikulum sekolah bahkan untuk lulus MTS (setingkat SMP) ada ujian negara Bahasa Madura.

Perkembangan musik *Pop*, *Dangdut* dan *Koplo* Madura juga diwadahi untuk dipopulerkan oleh radio Nada FM. Ciri khas Madura terletak pada alunan suara *Saronen* (sejenis terompet) yang selalu ada di semua lagu berlibrik bahasa Madura.<sup>5</sup> Tetapi suara *saronen* lebih terdengar jelas pada musik *dangdut* Madura, daripada musik *pop* Madura. Jenis musik yang paling banyak disukai pendengar radio Nada FM adalah *dangdut* Madura, *Pop* Madura dan hadrah Madura. Sedangkan *koplo* tidak terlalu disukai. Salah satu penyanyi *pop* Madura yang terkenal saat ini bernama Fatim Zain. Sedangkan grup *religi* Madura yang dikenal luas saat ini adalah Al-Ifroh.

Identitas sebagai radio dakwah Islam dan budaya Madura, tidak lepas dari peran seseorang yang meletakkan pondasi penting bagi perkembangan radio Nada FM. Beliau adalah Bapak Ibnu Hajar seorang Budayawan yang dulu pernah dipercaya sebagai *station manager* radio Double One AM. Kesibukan utamanya adalah penulis buku dan beberapa bukunya telah diterbitkan oleh penerbit Surabaya dan Yogyakarta bahkan menjadi *best seller*. Bukunya yang berjudul “*Kyai di*

---

<sup>5</sup> *Saronen* adalah Musik tradisional khas Madura. Ciri khas musik *Saronen*, terdiri dari 9 instrumen yang khas disesuaikan dengan nilai filosofis Islam yang merupakan kepanjangan tangan dari kalimat pembuka *Alqur’anul karim* yaitu, “Bismillahirrahmanirrohim” yang kalau dilafalkan terdiri dari 9 kecab/suku kata. 9 alat musik *Saronen*: 1 *saronen*, 1 gong besar, 1 kenong besar, 1 kempul, 1 kenong kecil, 1 korca, 1 gendang besar, 1 gendang *dig-udik* (gendang kecil). *Saronen* biasanya jadi musik pengiring saat *Kerapan Sapi*, *Sape Sono’* dan *Arak-arakan* Pengantin Sunat.

*Tengah Pusaran Politik antara Petaka dan Kuasa*”, “*Tak Ada Cinta untuk Penyair*” dan “*Kupas Tuntas Kurikulum 2013*”, mendapat hadiah perjalanan ke beberapa negara di Asia Timur dan Timur Tengah. Beliau juga dikenal sebagai penulis puisi. Salah satu puisi karyanya yang terkenal adalah *Bulan Tasellem ka Saghara*, diterbitkan bersama cerpen-cerpen daerah dalam sebuah buku, “*Wulan Sedhuwuring Geni: Antologi Cerpen dan Puisi Daerah*” diterbitkan oleh Yayasan Obor Indonesia.

Radio Nada FM memiliki *akun facebook*, difungsikan sebagai pendukung siaran dan bukan untuk pembaruan berita atau informasi. Pada tahun 2015-2017, penggunaan *facebook* sempat dihentikan karena jarang pendengar yang daring dan *akun facebook* resmi radio Nada FM saat itu mengalami *peretasan*. Sehingga di tahun 2017, radio Nada FM membangun *akun facebook* baru dan mengaktifkan kembali siaran di *facebook*. *Facebook* digunakan untuk *update* acara yang saat itu berlangsung termasuk unggah foto apabila ada tamu atau narasumber. Saat ini *facebook* lebih ditingkatkan fungsinya untuk *live streaming*.

Sementara itu, laman resmi radio Nada FM yang ada fasilitas *streamingnya* selalu ada pembaruan *news* dan informasi lainnya yang terkoneksi dengan *akun twitter* radio Nada FM. Isu terkini dari lokal maupun nasional selalu dimunculkan pada laman ini. Laman ini dikelola serius, karena fasilitas *streamingnya* sangat dibutuhkan oleh pendengar radio Nada FM yang tersebar di Hongkong, Malaysia dan Arab Saudi. Sebagaimana data yang dimiliki manajemen, ketiga negara tersebut adalah adalah tujuan favorit Tenaga Kerja Indonesia (TKI) dari Madura.<sup>6</sup>

Sejarah perkumpulan *fans* radio Nada FM dulu ditandai dengan lahirnya PERFADA (Persatuan Fans Nada) dan memiliki kegiatan rutin bulanan. Salah satunya adalah arisan, sebagai sarana kumpul-kumpul. Untuk pendengar muda, pernah membentuk *Nada Lovers*, namun umurnya tidak sampai setahun. Sejak 2015, *fans* radio membentuk “Penikmat Nada FM.” Nama ini dipakai untuk membangun

---

<sup>6</sup> Data yang dikumpulkan oleh mas Ridwan, bagian teknologi informasi sekaligus penyiar radio Nada FM. Wawancara tanggal 13 Nopember 2018.

grup *whatsapp*, sebagai sarana komunikasi yang paling sering digunakan saat ini oleh *fans* radio Nada FM. *Whatsapp* dipilih karena paling mudah digunakan dan hampir semua pendengar memiliki aplikasi ini.

Sedangkan telepon masih digunakan untuk acara interaktif *on-air* dan menjadi media komunikasi andalan bagi beberapa pendengar penderita disabilitas netra. Mereka sangat intens berpartisipasi pada program *Dialog Agama* dan *Pangestho Madura*. Sebagaimana pernyataan mas Rikso:

“Komunikasi saya dan teman-teman tuna netra dengan penyiar radio Nada FM, selama ini hanya sebatas lewat telepon saja. Kalau mau sms, saya minta tolong istri saya untuk mengetikkan dan membaca jika ada sms masuk. Kalau mencet nomer, saya bisa kok, meskipun hpnya layar sentuh. Saya hafalkan letak posisi nomernya. Gampang. Sambil bekerja membuat rengginang, hp saya ini on terus siang malam mendengarkan radio Nada FM lewat aplikasi radio FM. Saya pendengar setia Nada FM tapi saya tidak ikut grup *whatsapp*, karena repot menggunakannya.”<sup>7</sup>

Tema pembicaraan di grup *whatsapp* lebih banyak membahas kabar masing-masing, info lowongan pekerjaan, undangan pernikahan, undangan pengajian, *update* cuaca, *request* lagu, menanyakan penyiar yang bertugas, ajakan *kopi darat* atau kumpul-kumpul santai, hingga mengingatkan penyiar (jika ada info yang keliru, intonasinya tidak bersahabat, bawa perasaan, bercandanya berlebihan).

Ikatan kuat antara pendengar radio Nada FM dengan penyiar dan program-program siaran dapat dibuktikan dengan kesetiaan untuk terus mendengarkan siaran radio Nada FM meskipun telah berpindah kota. Salah satunya adalah mas Sudap Hafiz, yang sekarang menetap di Pamekasan setelah menikah. Meskipun rumah dan tempat kerjanya di Pamekasan, namun hingga kini tetap mendengarkan radio Nada FM

---

<sup>7</sup> Mas Rikso bersama istrinya memiliki usaha kecil pembuatan *rengginang* dan mempekerjakan beberapa teman tuna netra di rumahnya (desa Prenduan, kecamatan Pragaan, berjarak 40 km sebelah barat Pusat kota Sumenep). *Rengginang* adalah *camilan khas* Sumenep yang terbuat dari beras ketan dan sedikit tambahan *lorju*. Mas Rikso mendengarkan siaran radio Nada FM rata-rata 8 jam sehari.

dan aktif berpartisipasi melalui *facebook* saat siaran berlangsung dan aktif di grup *whatsapp*. Alasan utamanya tetap *loyal* dengan radio Nada FM adalah faktor bahasa siaran yang menggunakan *dialek* Sumenep, dirasakan lebih nyaman untuk didengar oleh orang kelahiran Sumenep seperti dirinya.

Penyiar dan *programmer* radio Nada FM juga mendapatkan keuntungan dari kuatnya *relasi* tersebut, terutama dalam segi *finansial*. Mereka menyadari bahwa hidup hanya mengandalkan gaji saja belum cukup. Banyak pekerjaan sampingan yang mereka dapatkan dari para pendengar *loyal*. Pekerjaan yang paling sering diterima dengan pendapatan paling besar adalah menjadi pembawa acara (MC) baik acara resmi maupun acara hiburan (nikahan, promo produk, pengajian, hingga pentas musik). Atau menjadi pengisi suara untuk *spot* iklan atau promo *adlib* dari pengiklan lokal. *Spot* iklan dan promo *adlib* itu biasanya akan diputar di acara-acara panggung hiburan, *launching* produk hingga acara pernikahan.

Program-program yang banyak mendapatkan *slot* iklan adalah *Dialog* Agama (dakwah Islam) dan *Rojak Cengor Madura* (budaya). *Rojak Cengor Madura* adalah program berupa obrolan ringan dan senda gurau selama 2 jam antara 2 atau 3 orang penyiar, biasanya membahas peristiwa-peristiwa yang telah terjadi dalam kurun waktu satu minggu baik itu peristiwa lokal maupun nasional. Acara ini disiarkan pada hari Jumat siang karena merangkum berbagai isu menarik dan terkini di masyarakat. Program ini sering mendapatkan sponsor tunggal dari perusahaan swasta atau instansi pemerintah. Misalnya Dinas Perekonomian melakukan sosialisasi tentang “Pentingnya Jual Beli Rokok Berpita Cukai Resmi”.

## Simpulan

Radio Nada FM memiliki *positioning* terkuat sebagai radio dakwah Islam dan budaya Madura, apabila dibandingkan dengan radio-radio lain yang bersiaran di wilayah udara Sumenep, antara lain: RRI Sumenep, Radio Madu FM, Radio Karimata FM dan radio-radio komunitas.

Radio Nada FM sangat dekat di hati masyarakat Sumenep, karena melakukan pendekatan keagamaan yang dipadukan dengan budaya Madura, melalui program-program siaran yang saling melengkapi. Para *ustadz/ustadzah* serta pengasuh pondok pesantren, membutuhkan radio Nada FM untuk dakwah Islam. Budayawan dan seniman Madura membutuhkan radio Nada FM untuk mempromosikan karya-karya seninya. Masyarakat Sumenep membutuhkan program siaran dakwah Islam dengan tidak meninggalkan ciri *khas* budaya Madura. Kesuksesan radio Nada FM adalah kemampuannya untuk memperkuat keyakinan pemeluk agama Islam di Sumenep sekaligus melestarikan budaya Madura.

Pemanfaatan teknologi komunikasi dan sosial media untuk mendukung siaran di radio Nada FM, dilakukan secara optimal. Beberapa teknologi komunikasi yang digunakan, antara lain: telepon kantor (GSM) dan *whatsapp* untuk diskusi interaktif, *facebook* untuk *live streaming*, laman resmi terintegrasi dengan *audio streaming* dan *twitter* untuk pembaruan berita dan informasi, dan *instagram* (terbaru).

Kedekatan *relasi* antara pendengar dengan penyiar, membuat komunikasi kedua pihak menjadi *konstruktif*. Pendengar menyampaikan berbagai masukan dan kritik melalui penyiar untuk kebaikan *manajemen* program. Kritik pendengar disampaikan baik melalui telepon maupun melalui *whatsapp*. Berbagai kritik yang diberikan antara lain: pemutaran iklan yang kurang tepat, *durasi obrolan interaktif* terlalu lama, penyiar terlalu banyak bicara, *streaming* tersendat, siaran hanya memutar lagu (karena penyiar belum atau tidak datang), gangguan sinyal, dan pentingnya penggunaan sosial media (pembaruan akun facebook, grup whatsapp dan akun instagram).

Dengan demikian, hasil studi ini diharapkan mampu mendorong pemanfaatan perkembangan teknologi (*streaming*, facebook, whatsapp, instagram) untuk mendukung kualitas dan daya jangkauan siaran, memperluas segmentasi, meraih jumlah pendengar yang lebih banyak, efektif mendapatkan iklan, dan efisien dalam pembiayaan. *Kedua*, pendengar radio disadarkan bahwa mereka memiliki peran dalam proses produksi siaran radio, melalui peran aktif mereka dalam masyarakat jaringan (*chat room*, whatsapp grup, komentar di facebook dan insta-

gram), mereka dapat mengkritik dan mengubah program siaran sesuai kebutuhan. *Ketiga*, dalam konteks radio Nada FM kolaborasi peran antara pendengar dan institusi radio Nada FM untuk menyebarkan dakwah Islam dan sekaligus melestarikan budaya Madura adalah capaian yang signifikan. Keempat, aktivitas pendengar di dunia virtual merupakan peluang memperluas jejaring pertemanan dan usaha.

## Referensi

- Achmad, Z. A., & Alamiyah, S. S. (2015). Relation between political economic of media with the strategies for radio positioning to maintain the existence of commercial radio (Case study of JJFM Radio in Surabaya). *International Conference on Democracy and Accountability (ICoDA)*, 188–193.
- Achmad, Z. A., & Ida, R. (2015). The shifting role of the listeners in the mediamorphosis process of culture radio: A case study of Jodhipati 106,1 FM. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 32(3), pp. 240–250. Dikases dari <https://e-journal.unair.ac.id/MKP/article/view/13350>.
- Achmad, Z. A., & Ida, R. (2018). Etnografi virtual sebagai teknik pengumpulan data dan metode penelitian. *The Journal of Society & Media* 2 (2), hlm. 130-145.. doi: 10.26740/jsm.v2n2.
- Al-hassan, S., Andani, A., & Abdul-malik, A. (2011). The Role of community radio in livelihood improvement: The case of simli radio. *Field Actions Science Reports*, 10 (1), 0–6.

- Baltzis, A. (2004). The mediamorphosis of the artistic communication. *Seminar of the European research network Digital Radio Cultures in Europe (COST A20)*, 10 (1), hlm. 18. Dikases dari [http://www.drace.org/%5Cnhttp://users.auth.gr/~baltzis/en/abstracts\\_en/seminar\\_04\\_mediamorphosis\\_en.html%5Cnhttp://users.auth.gr/~baltzis/papers/seminar\\_04\\_mediamorphosis.pdf](http://www.drace.org/%5Cnhttp://users.auth.gr/~baltzis/en/abstracts_en/seminar_04_mediamorphosis_en.html%5Cnhttp://users.auth.gr/~baltzis/papers/seminar_04_mediamorphosis.pdf).
- Benjamin, W. (2003). Reflections on radio. Dalam Jennings, M. W., Smith, G., and Eiland, H. (eds), *Walter Benjamin: Selected writings, volume 2* (hlm. 543–544) Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press,
- Bonini, T., & Monclús, B. (2015). *Radio Audiences and Participation in the Age of Network Society*. Edited by T. Bonini and B. Monclús. New York: Routledge.
- Bosch, T. E. (2014). Commercial music radio, race and identity in South Africa. *Media, Culture and Society*, 36(7), 901–915. doi: 10.1177/0163443714536076.
- Crisell, A. (1994). *Understanding Radio*. 2nd edn. London: Routledge.
- Durant, A. and Lambrou, M. (2009). *Language and Media: A Resource Book for Students*. New York: Routledge.
- Epstein, B. (2018). *The Only Constant Is Change: Technology, Political Communication, and Innovation Over Time*. New York: Oxford University Press.
- Ferne, T. (2007). *Listener online engagement with BBC Radio programming*. London.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Fine, G. A. (2003). Towards a peopled ethnography. *Ethnography*, 4(1), 41–60. doi: 10.1177/1466138103004001003.
- Guest, G., Namey, E. E., & Mitchell, M. L. (2013). Participant observation. *Collecting Qualitative Data. A Field Manual for Applied Research*, 2(1), hlm. 75–112. doi: 10.4135/9781412985376.



- Hair, N., & Clark, M. (2003). An enhanced virtual ethnography: The role of critical theory. Exploring the meaning of critique' in . Diakses dari <http://merlin.mngt.waikato.ac.nz/ejrot/cmsconference/2003/proceedings/exploringthmeaning/Hair.pdf>.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications Ltd.
- Hine, C. (ed.) (2005). *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet*. 1st edn. Oxford: Berg.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society, a theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*, 29(2), 105–134.
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Edited by P. Utomo. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, P. (2003). *Radio broadcasting and new information and communication technologies: Uses , Challenges and prospects*. . Zwitserland : UNRISD.
- KPID Jawa Timur (2017). Data Lembaga Penyiaran Swasta Radio di Jawa Timur 2017. Surabaya: Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Timur.
- List, D. (2003). *Participative Marketing for Local Radio*. Wellington: Original Books.
- Machfoedz, M. (2011). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Masduki (2006). *Jurnalistik Radio; Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LKiS.
- Myers, J. (2009). An independent review of the rules governing local content on commercial radio in U.K. London. *Sony Radio Academy Award Committee*. Diakses dari [http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/images/publications/An\\_Independent\\_Review\\_of\\_the\\_rules\\_governing\\_local\\_content\\_on\\_commercial\\_radio.pdf](http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/images/publications/An_Independent_Review_of_the_rules_governing_local_content_on_commercial_radio.pdf).

- Nguyen, t. t. t. (2008). the role of radio and tv in the life of ethnic minorities in Vietnam (Case study: The H'Mong People in Lao Cai and Lai Chau Province). *Unpublished Master Thesis*. University of Tromso.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of Marketing*, 63 (2), 33–44. doi: 10.2307/1252099.
- Parks, M. R., & Floyd, K. (1996). Making friends in cyberspace. *Journal of Communication*, 46(1), 80–97.
- PRSSNI Jawa Timur (2018). *Profil Anggota PRSSNI Jawa Timur*. Diakses dari [http://www.radiojatim.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1&Itemid=154](http://www.radiojatim.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=154)
- Sapsford, R., & Jupp, V. (eds) (2006). *Data Collection and Analysis*. 2nd edn. London: SAGE Publications Ltd.
- Schaap, F. (2002). *The Words That Took Us There. Ethnography in a Virtual Reality*. Amsterdam: Aksant Academic Publishers.
- Tamimi, M. (2019). Mengenal Asal Usul Seni Musik Ul-Daul. *kabarmadura.id*, 6 May. Diakses dari <https://kabarmadura.id/mengenal-asal-usul-seni-musik-ul-daul/>.