Jurnal Ilmu Komunikasi Pattimura
P- ISSN 2962 - 7230
E- ISSN 2830 - 473X
Vol. 5. No. 1 Tahun 2026
DOI: https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/transceiver

The Legacy of Da'wah in Local Media: Colletive Memory and Communication Practices of Radio Suara As'adiyah

Warisan Dakwah dalam Media Lokal: Memori Kolektif dan Praktik Komunikasi Radio Suara As'adiyah

Aguswandi[1], Haidir Fitra Siagian[2], Nur Asri Putri[3], Muh. Alwi HS[4]

[1,2,3]Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Alauddin Makassar, Kota Makassar, Kode Pos 92113, Indonesia
[4]Program Studi Pendidikan Agama Islam, STAI AGH Sanusi Baco Maros, Maros, Kode Pos 90551, Indonesia
E-mail Korespondensi: aguswandi@uin-alauddin.ac.id

Informasi Artikel
Submited : 11 Maret 2026
Revised : 05 Mei 2026
Accepted : 28 Juni 2026

https://doi.org/10.30598/JIKPvol5iss1pp119-138

Keywords:*Da'wah; Information Media; Radio Suara As'adiyah; Religiosity; South Sulawesi*

Abstract: *Radio as a mass medium continues to survive amid the rapid growth of digital technology and holds a strategic role, not only as a source of entertainment but also as a medium for da'wah. This study aims to examine the role of Radio Suara As'adiyah (RSA) as an information medium in enhancing the religiosity of the people of Wajo Regency. It is based on the argument that community-based local media possess strong cultural reach, particularly when they employ local language and values in their broadcasts. This research adopts a descriptive qualitative method, with data collected through observation, interviews using purposive sampling, and document analysis. The findings indicate that RSA applies two main strategies to maintain and expand its audience: the use of the Bugis language in every broadcast program and the dominance of religious content. These programs are designed to meet the community's religious informational needs while encouraging greater understanding and behavioral change toward a more religious way of life. The implications of this study highlight the importance of optimizing local media as a contextual and sustainable instrument of da'wah in strengthening community religiosity.*

Abstrak: Radio sebagai media massa tetap eksis di tengah perkembangan teknologi digital dan memiliki peran strategis tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium dakwah. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran Radio Suara As'adiyah sebagai media informasi dalam meningkatkan religiusitas masyarakat Kabupaten Wajo. Kajian ini berangkat dari argumentasi bahwa media lokal berbasis komunitas memiliki daya jangkau kultural yang kuat, terutama ketika memanfaatkan bahasa dan nilai-nilai lokal dalam penyiaran. Metode penelitian yang digunakan bersifat kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara yang dipilih secara purposif, serta telaah dokumentasi. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Radio Suara As'adiyah menerapkan dua strategi utama untuk mempertahankan dan memperluas pendengar, yakni penggunaan bahasa Bugis dalam setiap program siaran serta dominasi konten keagamaan. Program-program tersebut dirancang untuk memenuhi kebutuhan informasi keagamaan sekaligus mendorong pemahaman dan perubahan perilaku masyarakat ke arah yang lebih religius. Implikasi kajian ini menegaskan pentingnya optimalisasi media lokal sebagai instrumen dakwah yang kontekstual dan berkelanjutan dalam membangun religiusitas masyarakat.

Kata Kunci: Dakwah; Media Informasi; Radio Suara As'adiyah; Religiusitas, Sulawesi Selatan.

Copyright © 2026 to Authors
This work is licensed under a
Creative Commons Attribution 4.0 International License

1. PENDAHULUAN

Media massa menempati peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat modern, baik sebagai sumber utama penyebaran informasi maupun sebagai kekuatan yang turut membentuk opini publik. Kemampuannya menjangkau khalayak luas menjadikan media massa sebagai instrumen efektif dalam proses penyebarluasan pesan, baik yang bersifat informatif, edukatif, persuasif, maupun normatif. Dalam masyarakat Indonesia yang dikenal memiliki corak religius yang kuat, media massa tidak semata berperan sebagai penyedia informasi umum, tetapi juga menjadi sarana strategis dalam menyampaikan nilai dan pesan-pesan keagamaan. Dakwah Islam, yang pada mulanya berlangsung dalam ruang-ruang konvensional seperti masjid, pesantren, dan majelis taklim, mengalami transformasi seiring perkembangan teknologi komunikasi. Media massa kemudian menjadi ruang baru bagi dakwah untuk beroperasi secara lebih luas dan berkelanjutan. Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah tidak dapat dilepaskan dari dinamika media, karena media berperan sebagai perantara yang membentuk cara pesan agama diproduksi, disampaikan, dan diterima oleh masyarakat.

Di antara berbagai jenis media massa, radio memiliki karakteristik khas yang menjadikannya tetap relevan hingga saat ini. Salah satu keunggulan radio adalah fleksibilitasnya, di mana pendengar dapat mengakses siaran sambil melakukan aktivitas lain tanpa harus terikat pada perhatian visual penuh (Habibah & Irwansyah, 2021). Karakter auditori radio juga menciptakan kedekatan psikologis antara penyiar dan pendengar, sehingga pesan yang disampaikan cenderung terasa personal dan akrab. Di samping perannya sebagai media hiburan dan penyampai informasi, radio juga memiliki potensi besar sebagai sarana dakwah melalui penyajian pesan-pesan keagamaan yang disampaikan secara teratur dan terstruktur. Penelitian menunjukkan bahwa radio berfungsi sebagai media perantara yang sangat efektif dalam menyebarkan syiar Islam. Kemudahan aksesnya sangat mendukung masyarakat dalam mendalami ajaran agama. Selain itu, karakteristik radio yang berbasis auditori mampu menciptakan suasana dakwah yang intim dan personal, sehingga pendengar merasa seolah-olah berinteraksi langsung dengan narasumber meskipun tanpa visual (Faidah & Uswatusolihah, 2021). Fenomena ini tampak pada Radio Suara As'adiyah (RSA) di Kabupaten Wajo, Sulawesi Selatan, yang sejak awal pendiriannya secara konsisten mengedepankan siaran dakwah Islam sebagai identitas utama media tersebut.

RSA dikenal sebagai salah satu stasiun radio swasta paling awal di Kabupaten Wajo, bahkan tergolong yang tertua di wilayah Sulawesi Selatan (Khalis, 2019). Sejak mulai mengudara pada akhir 1960-an, radio ini telah melayani masyarakat selama lebih dari lima dekade dan tetap eksis hingga saat ini. Rentang waktu tersebut menunjukkan bahwa RSA

mampu bertahan melewati berbagai fase perubahan dalam dunia penyiaran, mulai dari dominasi radio analog, ekspansi televisi, hingga era konvergensi media digital. Dalam kajian ekonomi media, keberlangsungan sebuah lembaga penyiaran sangat bergantung pada pemasukan iklan, sementara keberhasilan menarik pengiklan ditentukan oleh jumlah dan loyalitas pendengar (Lestari et al, 2025). Media yang tidak mampu memenuhi dua aspek tersebut cenderung mengalami penurunan eksistensi atau bahkan berhenti beroperasi. Namun, RSA justru menunjukkan pola keberlanjutan yang relatif stabil meskipun tampil dengan format sederhana dan tidak menonjolkan aspek hiburan komersial secara dominan.

Keberhasilan RSA mempertahankan eksistensinya menjadi menarik jika dikaitkan dalam perspektif ekonomi media, komunikasi massa dan manajemen penyiaran. Dalam perspektif ekonomi media, media massa beroperasi melalui logika di mana konten yang diproduksi untuk menarik khalayak, khalayak yang banyak akan menjadi sasaran pengiklan dan pengiklan menyediakan dana untuk operasional media. Asumsinya, semakin baik kontem yang dihasilkan maka semakin luas khalayaknya dan semakin besar kemungkinan iklan masuk (Syahputra, 2016, dalam Jurnal Mediasi, 2025). Pandangan ini diperkuat oleh Aprilia, Nur Aini, dan Kusworo (2024) yang dalam kajiannya tentang manajemen media penyiaran di era digital menekankan bahwa inovasi mencakup pengenalan format baru, perubahan model bisnis, kreativitas program, serta strategi pemasaran merupakan faktor penentu bagi lembaga penyiaran dalam mempertahankan pendengar sekaligus daya tarik bagi pengiklan.

Dalam kerangka tersebut, radio yang tidak berorientasi kuat pada hiburan dan iklan cenderung dianggap sulit bertahan. Namun, RSA menunjukkan bahwa media dakwah lokal dapat mempertahankan pangsa pendengarnya melalui basis kepercayaan dan legitimasi sosial-keagamaan. Selain itu, program-program keagamaan RSA berperan dalam membentuk dan memelihara religiusitas masyarakat Wajo, menjadikan radio bukan sekadar institusi media, tetapi juga aktor sosial yang berpengaruh dalam kehidupan keagamaan masyarakat.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik komunikasi dakwah melalui RSA serta kontribusinya dalam meningkatkan tingkat religiusitas masyarakat di Kabupaten Wajo. Terkait ini, kajian tentang radio sebagai media dakwah Islam di Indonesia menunjukkan bahwa radio tetap menjadi instrumen strategis penyebaran pesan keagamaan, khususnya di daerah dengan jangkauan digital terbatas (Wulandari & Yusuf, 2022; Munthe, 2019). Studi lebih lanjut memperlihatkan bahwa moderasi beragama berbasis tradisi pesantren di Ma'had Aly As'adiyah Sengkang Wajo menyimpulkan bawah As'adiyah berhasil membangun otoritas keagamaan melalui kombinasi pendidikan tradisional dan jaringan alumni yang luas. Penelitian ini memberikan latar sosio-keagamaan yang penting untuk memahami

konteks Radio Suara As'adiyah sebagai perpanjangan tangan dakwah pesantren tersebut (Husain & Wahyuni 2021) dan kontestasi keagamaan As'adiyah di Wajo (Kuba et al, 2025). Dalam dimensi memori kolektif, penelitian (Loisa et al., 2020; Beriau et al., 2021) menegaskan bahwa media lokal berperan aktif membangun narasi bersama yang diwariskan lintas generasi. Adapun kajian historis tentang Radio Suara As'adiyah (Phinisi Integration Review, 2022) dan studi dakwah halaqah As'adiyah (Wahidah, 2018) memberikan gambaran awal tentang peran radio ini sebagai medium dakwah organisasional, meskipun belum mengeksplorasi dimensi komunikasi dan memori kolektif secara mendalam. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis praktik komunikasi dakwah melalui Radio Suara As'adiyah serta kontribusinya dalam membentuk memori kolektif dan meningkatkan religiusitas masyarakat di Kabupaten Wajo.

Meskipun kajian tentang radio dakwah dan memori kolektif telah berkembang, terdapat kesenjangan signifikan yang belum terjawab. Penelitian terdahulu tentang Radio Suara As'adiyah terbatas pada rekonstruksi sejarah tanpa menyentuh praktik komunikasi dan pembentukan memori kolektif komunitas, sementara kajian radio dakwah di Indonesia umumnya berpusat di Jawa dan mengabaikan tradisi keagamaan lokal Bugis yang khas. Selain itu, belum ada studi yang mengintegrasikan perspektif memori kolektif dengan analisis praktik komunikasi radio keagamaan secara holistik. Artikel ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menawarkan empat kebaruan: pertama, mengkaji Radio Suara As'adiyah sebagai institusi komunikasi hidup yang mereproduksi memori kolektif, bukan sekadar objek sejarah; kedua, mengintegrasikan teori memori kolektif dengan studi komunikasi radio dakwah; ketiga, menghadirkan perspektif Islam lokal Bugis yang belum terwakili dalam literatur; dan keempat, memadukan pendekatan sosiologi memori dengan sejarah komunikasi sebagai kerangka analitik yang orisinil.

Kajian ini diarahkan untuk menganalisis strategi komunikasi dakwah yang digunakan, karakteristik program siaran keagamaan, serta relasi antara radio, pendengar, dan konteks sosial-budaya masyarakat setempat. Argumen utama penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan dakwah melalui radio lokal tidak semata bergantung pada kecanggihan teknologi atau besarnya dukungan ekonomi, tetapi lebih ditentukan oleh kemampuan media dalam menjalin kedekatan kultural serta menghadirkan pesan yang selaras dengan kebutuhan religius masyarakat. RSA mampu mempertahankan loyalitas pendengarnya karena menyajikan dakwah yang bersifat moderat, edukatif, dan selaras dengan tradisi keagamaan lokal, sehingga pesan dakwah tidak dipersepsikan sebagai sesuatu yang asing atau elitis.

Secara akademis, kajian ini diharapkan mampu memperkaya khazanah kajian komunikasi dakwah dan studi media, khususnya dalam menelaah posisi serta kontribusi radio lokal di tengah dominasi media digital yang semakin menguat. Kehadiran studi ini menawarkan perspektif empiris berbasis konteks lokal yang selama ini belum banyak dieksplorasi dalam literatur media dakwah. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menambah variasi pendekatan teoretis, tetapi juga memperluas cakupan analisis terhadap praktik dakwah melalui media tradisional. Di sisi lain, kajian ini turut memberikan kontribusi dalam memahami religiusitas masyarakat dengan menunjukkan peran signifikan media lokal dalam membentuk pola pemahaman dan praktik keagamaan secara berkelanjutan. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh pengelola radio dakwah maupun institusi keagamaan dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif, adaptif, dan kontekstual sesuai kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, kajian mengenai RSA menjadi relevan tidak hanya bagi disiplin komunikasi dan dakwah, tetapi juga bagi studi Islam lokal serta dinamika keberagamaan masyarakat Indonesia secara lebih luas.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan yang berfokus pada pengamatan langsung terhadap objek kajian. Lokasi penelitian berada di Radio Suara As'adiyah yang beralamat di Jalan Masjid Raya Sengkang, Kabupaten Wajo, Sulawesi Selatan, dengan waktu pelaksanaan penelitian berlangsung dari 10 Juni hingga 10 Juli 2025. Sumber data yang digunakan terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui kegiatan observasi, wawancara, serta dokumentasi, sementara data sekunder berupa bahan pendukung yang berasal dari karya ilmiah, buku, dan sumber daring yang relevan. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi langsung di lokasi penelitian, pengumpulan dokumen atau arsip terkait, serta wawancara yang menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah triangulasi, yang mencakup tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara sistematis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan Umum tentang Radio Suara As'adiyah

Radio Suara As'adiyah (RSA) merupakan radio dakwah lokal yang berbasis di Sengkang, Kabupaten Wajo, Sulawesi Selatan. Radio ini lahir dari lingkungan dan semangat dakwah

Yayasan As'adiyah, sebuah institusi pendidikan Islam yang memiliki akar historis kuat dalam tradisi keilmuan dan pesantren di kawasan tersebut. Secara institusional, inisiator berdirinya Radio Suara As'adiyah adalah unsur pengelola Yayasan As'adiyah yang melihat pentingnya memperluas jangkauan dakwah melalui media elektronik. Radio dipilih karena pada masanya merupakan medium yang relatif mudah diakses oleh masyarakat, murah, dan memiliki daya jangkau luas hingga ke pelosok desa. Kehadiran RSA menjadi perpanjangan tangan dakwah pesantren dan ulama As'adiyah ke ruang-ruang domestik masyarakat Wajo. Fungsi utama Radio Suara As'adiyah sejak awal adalah sebagai media dakwah dan penyebaran informasi keagamaan. Berbeda dengan radio komersial yang berorientasi pada hiburan dan iklan, RSA menempatkan program keagamaan sebagai konten dominan dalam siarannya. Fungsi edukatif dan pembinaan umat menjadi prioritas utama. Melalui ceramah, pengajian kitab kuning, dialog interaktif keagamaan, serta siaran langsung dari Masjid Agung Ummul Qura Sengkang, RSA berperan sebagai medium transmisi nilai Islam *Ahlu Sunnah wal Jama'ah* yang menjadi corak teologis As'adiyah. Selain fungsi dakwah, radio ini juga menjalankan fungsi sosial dengan menyiarkan informasi layanan masyarakat, pengumuman kegiatan keagamaan, serta nilai-nilai moral yang memiliki keterkaitan erat dengan realitas kehidupan sehari-hari masyarakat Wajo (Haris & Nurfaika, 2024).

Secara historis, berdirinya RSA tidak dapat dipisahkan dari kepemimpinan AGH. Muhammad Yunus Maratan, serta dinamika perkembangan teknologi komunikasi dan kebutuhan dakwah di tingkat lokal. Pada periode ketika radio masih menjadi media utama masyarakat sebelum penetrasi televisi swasta dan internet meluas, RSA hadir sebagai inovasi dakwah berbasis teknologi. Kehadirannya memperluas model dakwah tradisional yang sebelumnya bertumpu pada majelis taklim dan mimbar masjid menjadi dakwah melalui gelombang udara. Studio radio yang berlokasi berdekatan dengan Masjid Agung Ummul Qura memberikan keuntungan tersendiri, karena memungkinkan integrasi antara aktivitas masjid dan siaran radio (Ilyas, 2020; Wasfiyah et al, 2024). Azan, khutbah, dan pengajian rutin dapat disiarkan secara langsung, sehingga memperluas jangkauan jamaah dari ruang fisik masjid ke rumah-rumah pendengar.

Dalam perkembangannya, RSA mengalami dinamika yang mengikuti perubahan lanskap media. Pada masa awal operasionalnya, radio ini menjadi salah satu sumber utama informasi religius bagi masyarakat Kabupaten Wajo. Program pengajian kitab kuning setelah salat Maghrib dan Subuh menjadi program unggulan yang banyak diminati. Kehadiran Anre Gurutta sebagai narasumber tetap dalam beberapa program memperkuat legitimasi religius radio ini. Penggunaan Bahasa Bugis sebagai bahasa utama siaran menjadi strategi penting dalam

membangun kedekatan kultural dengan pendengar. Bahasa lokal bukan hanya alat komunikasi, tetapi simbol identitas yang memperkuat rasa memiliki masyarakat terhadap radio tersebut (Giling et al., 2025). Namun, seiring berkembangnya media digital dan perubahan pola konsumsi informasi masyarakat, RSA menghadapi tantangan yang tidak ringan. Masyarakat mulai beralih ke televisi, media sosial, dan platform digital yang menawarkan variasi konten lebih luas dan akses yang lebih fleksibel (Halim, 2018). Kompetisi media ini berdampak pada penurunan jumlah pendengar radio secara umum, termasuk RSA. Di sisi lain, model pembiayaan RSA yang tidak berorientasi komersial, karena lebih mengandalkan dukungan Yayasan As'adiyah dan tidak secara aktif mencari iklan, membuat radio ini memiliki keterbatasan dalam pengembangan infrastruktur dan inovasi teknologi. Dinamika tersebut pada akhirnya memengaruhi keberlanjutan operasionalnya hingga kemudian tidak lagi aktif mengudara.

Dari segi jangkauan siaran, RSA mencakup wilayah Kabupaten Wajo dan beberapa daerah sekitarnya yang masih berada dalam radius frekuensi pancarannya. Dengan karakter geografis Wajo yang terdiri dari kawasan perkotaan Sengkang dan wilayah pedesaan, radio menjadi media yang efektif menjangkau masyarakat lintas kelas sosial. Tidak semua warga memiliki akses terhadap televisi kabel atau internet pada masa kejayaan RSA, sehingga radio menjadi medium yang inklusif. Jangkauan siaran yang meliputi rumah tangga, warung, hingga kendaraan pribadi menjadikan RSA bagian dari ritme keseharian masyarakat. Siaran azan dan ceramah pada waktu-waktu tertentu bahkan menjadi penanda waktu (*time marker*) bagi sebagian pendengar. Selain jangkauan geografis, RSA juga memiliki jangkauan sosial yang kuat. Pendengarnya berasal dari berbagai latar belakang, mulai dari santri, petani, pedagang, hingga aparatur sipil negara. Radio ini menjadi ruang bersama yang mempertemukan berbagai lapisan masyarakat dalam satu frekuensi nilai keagamaan. Interaksi antara pendengar dan penyiar, terutama melalui sesi tanya jawab, menunjukkan bahwa RSA berfungsi sebagai ruang dialog publik berbasis agama. Dalam konteks ini, radio tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun komunitas religius yang terhubung melalui gelombang udara. Meskipun saat ini kurang aktif lagi, Radio Suara As'adiyah meninggalkan jejak yang signifikan dalam memori kolektif masyarakat Wajo.

Bagi banyak pendengar, RSA bukan sekadar media, melainkan bagian dari perjalanan spiritual mereka. Pengalaman mendengarkan pengajian kitab kuning, ceramah Ramadan, atau dialog keagamaan menjadi bagian dari ingatan sosial yang sulit dilupakan. Warisan ini menunjukkan bahwa eksistensi media tidak hanya diukur dari durasi operasionalnya, tetapi juga dari dampak kultural dan religius yang ditinggalkannya. RSA menjadi contoh media untuk

dakwah lokal yang lahir dari inisiatif institusi keagamaan, berfungsi sebagai sarana edukasi dan pembinaan umat, berkembang dalam dinamika perubahan teknologi komunikasi, serta memiliki jangkauan geografis dan sosial yang luas di Kabupaten Wajo. Keberadaannya merepresentasikan fase penting dalam sejarah dakwah modern di Sulawesi Selatan, di mana pesantren dan ulama memanfaatkan media elektronik sebagai instrumen penyebaran nilai Islam. Meskipun telah berhenti mengudara, kontribusinya terhadap pembentukan religiusitas masyarakat tetap menjadi bagian penting dari sejarah sosial-keagamaan Wajo.

Strategi Pengelolaan Radio Suara As'adiyah

Setiap jenis media, baik media cetak, media elektronik seperti televisi dan radio, maupun media baru berbasis digital, pada dasarnya memiliki kepentingan yang sama, yakni mempertahankan pangsa pasarnya demi menjamin keberlangsungan eksistensinya. Pangsa pasar dalam konteks media merujuk pada segmentasi khalayak yang menjadi sasaran utama distribusi konten. Bagi media cetak, pangsa pasar adalah pembaca; bagi radio adalah pendengar; bagi televisi adalah penonton; sedangkan bagi media digital dapat mencakup ketiganya sekaligus dalam bentuk pengguna (*users*). Keberlangsungan sebuah media sangat bergantung pada kemampuannya mempertahankan dan merawat relasi dengan khalayaknya. Demikian pula RSA di Wajo, yang dalam praktiknya mengembangkan strategi tertentu guna menjaga loyalitas pendengarnya di tengah perubahan lanskap media yang semakin kompetitif.

Dalam perspektif teori ekologi media, teori ekologi media merupakan ilmu yang mempelajari keterkaiatan antara media dan lingkungan yang menopang keberadaannya. Media dipahami layaknya organisme hidup yang berada dalam suatu lingkungan tertentu dan harus beradaptasi untuk bertahan. Media tidak berdiri sendiri, melainkan hidup dalam suatu ekosistem yang terdiri atas konten, audiens, dan sumber daya ekonomi. Untuk mempertahankan kehidupannya, media membutuhkan isi (*content*), khalayak (*audience*), dan iklan (*advertising*). Ketiga aspek ini menjadi indikator utama apakah suatu media dapat bertahan atau justru mengalami kemunduran (Suryantara et al, 2022). Isi yang relevan akan menarik khalayak; khalayak yang besar akan menarik pengiklan; dan iklan akan menopang keberlanjutan finansial media. Relasi timbal balik ini membentuk siklus kehidupan media dalam ekosistem komunikasi modern. Berdasarkan hasil penelitian lapangan yang dilakukan, Radio Suara As'adiyah menerapkan dua strategi utama dalam mempertahankan pangsa pendengarnya.

1. Penggunaan bahasa Bugis sebagai bahasa utama siaran.

Strategi ini berangkat dari kesadaran bahwa mayoritas pendengar RSA adalah masyarakat Bugis yang berdomisili di Kabupaten Wajo dan sekitarnya. Bahasa bukan sekadar alat

komunikasi, tetapi juga simbol identitas kultural dan kedekatan emosional. Dengan menggunakan Bahasa Bugis sebagai bahasa tutur dalam siaran, RSA berhasil membangun kedekatan psikologis dengan pendengarnya. Bahasa lokal menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*) sekaligus memperkuat legitimasi kultural radio sebagai bagian dari komunitas. Ramli Alimuddin, selaku Kepala Bagian Administrasi sekaligus penyiar Radio Suara As'adiyah, dalam wawancara menyampaikan bahwa penggunaan Bahasa Bugis merupakan strategi yang disengaja karena mayoritas pendengarnya adalah orang Bugis. Ia menekankan bahwa penggunaan bahasa lokal menjadi daya tarik utama yang membedakan RSA dari stasiun radio lain yang cenderung menggunakan Bahasa Indonesia. Dalam konteks tersebut, Bahasa Bugis tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi strategi peneguhan posisi media dalam lanskap lokal. RSA menempatkan dirinya sebagai radio yang "dekat" dan "mewakili" identitas masyarakat Bugis.

2. Penguatan program siaran keagamaan sebagai program unggulan.

Sejak awal berdirinya, RSA berafiliasi dengan Yayasan As'adiyah yang dikenal sebagai institusi pendidikan dan dakwah Islam di Sulawesi Selatan. Oleh karena itu, konten keagamaan menjadi ciri khas utama radio ini. Program-program seperti ceramah, kajian tafsir, dialog keislaman, serta pengumuman kegiatan keagamaan menjadi daya tarik utama bagi pendengar. Ramli Alimuddin menyatakan bahwa kekuatan RSA yang tidak mampu digeser oleh radio lain terletak pada konsistensinya menghadirkan program keagamaan, terlebih lagi disampaikan dalam Bahasa Bugis. Kombinasi antara konten religius dan bahasa lokal menjadikan RSA memiliki diferensiasi yang jelas dibandingkan radio komersial lainnya. Strategi ini dapat dianalisis melalui konsep *customer engagement* dalam teori pemasaran. *Customer engagement* merujuk pada upaya membangun keterlibatan emosional dan partisipatif antara institusi dengan konsumennya. Dalam konteks media, engagement diwujudkan melalui penyediaan konten yang relevan dengan kebutuhan, nilai, dan identitas audiens (Manuella & Rusdi, 2022). RSA memahami bahwa masyarakat Wajo mayoritas bersuku Bugis dan memiliki karakter religius yang kuat. Oleh karena itu, dua aspek tersebut dijadikan fondasi utama dalam membangun *engagement*: bahasa sebagai identitas budaya dan agama sebagai orientasi nilai. Melalui program keagamaan berbahasa Bugis, RSA tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membangun relasi simbolik dan emosional dengan pendengarnya.

Menariknya, strategi RSA dalam mempertahankan eksistensi tidak sepenuhnya mengikuti logika media komersial, terutama dalam aspek perolehan pendapatan iklan. Dalam teori ekonomi media, terdapat beberapa sumber pendapatan utama media, antara lain iklan, langganan konsumen, subsidi pemerintah, sponsor, pembayaran berdasarkan pilihan konsumen, dan

penjualan produk secara tunai (Noor, 2010). Pada umumnya, iklan menjadi sumber utama pemasukan radio. Namun, RSA menunjukkan model yang berbeda. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Radio Suara As'adiyah tidak menetapkan tarif iklan secara formal. Selama ini, pengiklan yang ingin menayangkan iklan di RSA tidak dikenakan tarif tetap. Mereka diperbolehkan membayar seikhlasnya, bahkan jika tidak membayar pun tidak menjadi persoalan, terutama untuk informasi layanan masyarakat. Ramli Alimuddin dalam wawancara menyatakan bahwa radio ini tidak pernah menetapkan harga iklan karena operasionalnya telah dibiayai oleh Yayasan As'adiyah. Dengan demikian, orientasi utama radio bukanlah profit, melainkan pelayanan dakwah dan sosial.

Selain itu, RSA juga tidak secara aktif mencari pengiklan. Berbeda dengan radio komersial yang memiliki tim pemasaran untuk menawarkan slot iklan kepada berbagai instansi, RSA bersikap pasif dalam hal ini. Radio tetap menerima iklan, tetapi bukan mereka yang menawarkan diri. Dian Susanti dalam wawancara menjelaskan bahwa biasanya masyarakat atau instansi datang langsung ke studio jika ingin beriklan. Misalnya, pada bulan Ramadan, pejabat atau politisi datang untuk merekam ucapan selamat berbuka puasa atau menyampaikan pesan keagamaan kepada masyarakat. Praktik ini menunjukkan bahwa RSA lebih mengedepankan fungsi sosial dan keagamaan dibandingkan orientasi bisnis. Model pendanaan seperti ini memperlihatkan bahwa RSA lebih dekat dengan model media komunitas atau media dakwah yang bertumpu pada dukungan institusional dan legitimasi sosial, bukan pada mekanisme pasar semata. Dukungan Yayasan As'adiyah sebagai lembaga induk menjadi faktor penting yang memungkinkan radio tetap berjalan tanpa ketergantungan pada iklan komersial. Dalam perspektif ekologi media, RSA memperoleh "nutrisi ekonomi" bukan dari pasar iklan, melainkan dari subsidi institusi. Hal ini menjelaskan mengapa radio tersebut dapat bertahan meskipun tidak menerapkan strategi komersial yang agresif.

Sampai di sini, strategi Radio Suara As'adiyah dalam mempertahankan pangsa pasar dapat dipahami melalui tiga dimensi utama: diferensiasi kultural melalui penggunaan Bahasa Bugis, diferensiasi religius melalui program keagamaan, serta model ekonomi berbasis subsidi institusional. Ketiga strategi ini membentuk identitas RSA sebagai radio dakwah lokal yang berakar kuat pada budaya dan agama masyarakat Wajo. Dalam konteks perubahan lanskap media yang semakin digital dan kompetitif, pendekatan ini menunjukkan bahwa eksistensi media tidak selalu ditentukan oleh kekuatan kapital, tetapi juga oleh kedekatan kultural, legitimasi moral, dan dukungan institusional yang berkelanjutan.

Memenuhi Kebutuhan dalam Meningkatkan Religiusitas Umat

Radio sebagai medium komunikasi massa memiliki fungsi utama dalam menyediakan informasi, pendidikan, dan hiburan bagi masyarakat. Dalam konteks radio dakwah, fungsi tersebut mengalami penekanan tertentu, terutama pada penyediaan informasi keagamaan sebagai kebutuhan utama khalayak. Dari temuan kajian yang dilakukan, RSA menyediakan dua jenis informasi utama kepada pendengarnya, yakni informasi agama dan informasi hiburan. Namun demikian, informasi agama menjadi konten yang paling dominan karena sejak awal radio ini diposisikan sebagai radio dakwah. Dian Susanti (Susanti, 2026) menjelaskan bahwa RSA memang menghadirkan dua jenis informasi tersebut, tetapi jika dipersentasekan, sekitar 75% merupakan informasi agama dan 25% informasi umum atau hiburan. Dominasi ini bukan tanpa alasan, melainkan disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat Kabupaten Wajo yang religius.

Komposisi program siaran RSA memperlihatkan orientasi yang jelas pada penguatan nilai-nilai keagamaan. Dari total 15 program siaran yang dimiliki, sembilan di antaranya adalah program agama, sementara sisanya berupa hiburan dan informasi umum yang tetap memiliki nuansa religius. Hal ini menunjukkan bahwa hiburan yang disajikan pun tidak sepenuhnya bersifat sekuler, melainkan tetap dibingkai dalam etika dan nilai Islam. Secara konseptual, strategi ini dapat dipahami sebagai bentuk segmentasi konten yang disesuaikan dengan profil audiens. Dalam teori komunikasi massa, media yang mampu memahami kebutuhan audiensnya akan lebih efektif dalam membangun loyalitas dan keterikatan emosional. RSA membaca dengan tepat bahwa masyarakat Wajo membutuhkan media yang tidak sekadar menyajikan hiburan, tetapi juga menghadirkan bimbingan spiritual dalam kehidupan sehari-hari.

Menariknya, sembilan program keagamaan tersebut beririsan langsung dengan waktu-waktu salat, baik sebelum maupun sesudah pelaksanaan salat. Bahkan, waktu salat itu sendiri dijadikan sebagai bagian dari program siaran. Strategi ini tidak terlepas dari letak geografis studio RSA yang berdampingan dengan Masjid Agung Ummul Qura Sengkang, masjid raya Kabupaten Wajo. Kedekatan spasial ini memungkinkan RSA menyiarkan secara langsung aktivitas keagamaan di masjid, termasuk azan, ceramah, dan pengajian. Integrasi antara ruang ibadah dan ruang siaran membentuk sinergi yang unik, di mana radio tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi perpanjangan ruang dakwah masjid ke dalam ranah domestik para pendengar. Dari sembilan program agama tersebut, terdapat dua program unggulan yang paling banyak diminati masyarakat, yaitu pengajian kitab kuning setelah salat Maghrib dan setelah salat Isya (serta Subuh dalam praktiknya). Program ini disiarkan secara langsung dari Masjid Agung Ummul Qura dan dibawakan oleh Anre Gurutta,

tokoh ulama yang memiliki otoritas keagamaan di tengah masyarakat. Dian Susanti (Susanti, 2026) menegaskan bahwa program pengajian kitab kuning merupakan andalan RSA karena disiarkan secara *live* dan menghadirkan figur ulama yang dihormati. Kehadiran *Anre Gurutta* bukan hanya memberikan legitimasi religius terhadap isi siaran, tetapi juga memperkuat kepercayaan publik terhadap radio sebagai sumber rujukan keagamaan.

Dalam kerangka teori *uses and gratifications*, audiens dipandang sebagai pihak yang aktif dalam memilih media yang mampu memenuhi berbagai kebutuhannya, seperti kebutuhan informasi, pembentukan identitas personal, integrasi sosial, hingga hiburan. Dalam konteks ini, RSA dinilai berhasil menjawab kebutuhan informasi keagamaan masyarakat Wajo melalui penyajian konten yang selaras dengan realitas kehidupan sehari-hari. Informasi agama yang dibutuhkan bukan semata-mata bersifat teoretis, tetapi aplikatif dan kontekstual. Masyarakat sering kali menghadapi persoalan praktis terkait ibadah, muamalah, dan etika sosial, sehingga membutuhkan penjelasan dari sumber yang kredibel. Dian Susanti (Susanti, 2026) menjelaskan bahwa masyarakat Kabupaten Wajo dan sekitarnya sering mengirimkan pertanyaan-pertanyaan keagamaan, terutama pada bulan Ramadan. Pertanyaan tersebut umumnya berkaitan dengan persoalan sehari-hari, seperti tata cara ibadah, hukum interaksi sosial, hingga masalah keluarga. Pertanyaan-pertanyaan itu kemudian dibahas oleh narasumber dalam program siaran. Pola interaktif ini menegaskan bahwa RSA tidak sekadar berfungsi sebagai media penyampai informasi secara satu arah, tetapi juga menjadi wadah dialog keagamaan yang mempertemukan ulama dengan masyarakat. Interaksi ini memperkuat fungsi radio sebagai medium dakwah partisipatif.

Pemenuhan kebutuhan informasi agama memiliki implikasi yang lebih luas terhadap pembentukan religiusitas masyarakat. Ketika seseorang memperoleh pemahaman agama yang memadai, ia memiliki pedoman yang lebih jelas dalam menjalani kehidupan. Sumardin (Sumardin, 2021) menjelaskan bahwa terpenuhinya kebutuhan informasi agama dapat memelihara manusia dari penyimpangan dan kesalahan, serta menjauhkannya dari perilaku negatif. Agama juga dapat berfungsi sebagai filter terhadap arus informasi yang menyesatkan. Dalam era banjir informasi seperti saat ini, kemampuan memilah informasi berdasarkan nilai-nilai agama menjadi semakin penting. Dengan demikian, kehadiran RSA sebagai penyedia informasi agama berkontribusi pada penguatan daya selektif masyarakat terhadap berbagai pengaruh eksternal. Secara antropologis dan sosiologis, manusia menjalankan dua peran utama dalam kehidupannya, yakni sebagai individu dan sebagai makhluk sosial. Sebagai individu, manusia memiliki tanggung jawab terhadap dirinya sendiri, termasuk dalam hal moral dan spiritual. Sementara sebagai makhluk sosial, manusia memiliki tanggung jawab terhadap

lingkungan dan komunitasnya. Agama hadir sebagai sistem nilai yang menjembatani kedua tanggung jawab tersebut, memberikan pedoman agar manusia dapat menjalani kehidupan secara seimbang dan harmonis (Amalia et al., 2024). Dalam konteks ini, RSA berperan sebagai mediator nilai yang membantu masyarakat memahami dan menginternalisasi ajaran agama dalam dua dimensi tersebut.

Melalui program-program keagamaan yang terstruktur dan berkelanjutan, RSA tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk kultur religius di ruang publik Wajo. Siaran azan, pengajian kitab kuning, ceramah, dan dialog interaktif secara rutin membangun ritme spiritual dalam keseharian pendengar. Radio menjadi bagian dari rutinitas harian, terutama pada waktu-waktu salat. Dengan demikian, religiusitas tidak hanya dipraktikkan dalam ruang privat, tetapi juga diperkuat melalui paparan media yang konsisten. Keberhasilan RSA dalam memenuhi kebutuhan informasi religius masyarakat tidak dapat dilepaskan dari kemampuannya membaca karakter sosial-budaya Wajo yang religius. Radio ini tidak mencoba menjadi media umum yang bersaing dalam ranah hiburan populer, melainkan meneguhkan identitasnya sebagai radio dakwah. Strategi ini menjadikan RSA memiliki segmentasi yang jelas dan loyalitas pendengar yang kuat. Dalam konteks komunikasi dakwah, Pendekatan semacam ini menunjukkan bahwa efektivitas suatu media tidak semata-mata bergantung pada kecanggihan teknologi, tetapi oleh relevansi konten dengan kebutuhan nilai dan spiritual masyarakat.

Dengan demikian, upaya Radio Suara As'adiyah dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat Kabupaten Wajo berkontribusi signifikan terhadap peningkatan religiusitas. Melalui dominasi program keagamaan, integrasi dengan aktivitas masjid, penyediaan ruang dialog interaktif, serta penyampaian materi yang kontekstual, RSA menghadirkan media dakwah yang responsif terhadap kebutuhan zaman sekaligus berakar pada tradisi lokal. Radio ini menjadi contoh bagaimana media lokal dapat memainkan peran strategis dalam membangun kesadaran religius dan menjaga moralitas sosial masyarakat.

Radio Suara As'adiyah sebagai Media Meningkatkan Religiusitasnya

Religiusitas seseorang tidak lahir secara instan, melainkan melalui proses bertahap yang dimulai dari pengetahuan, berlanjut pada pemahaman, kemudian terinternalisasi dalam sikap, dan pada akhirnya termanifestasi dalam perilaku. Dalam perspektif sosiologi agama, peningkatan religiusitas berangkat dari kesadaran kognitif terhadap ajaran agama, lalu berkembang menjadi komitmen afektif, dan diwujudkan dalam praktik nyata dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks masyarakat Kabupaten Wajo, RSA memiliki peran strategis sebagai media informasi yang turut mendukung proses tersebut. Radio ini tidak hanya berfungsi sebagai sumber

pengetahuan keagamaan, tetapi juga sebagai sarana dalam membangun kesadaran serta mendorong perubahan perilaku sosial-keagamaan masyarakat. Melalui program-programnya, RSA mampu menghadirkan pesan religius yang kontekstual dan relevan dengan kehidupan sehari-hari pendengar.

Sebagai media dakwah lokal, RSA menghadirkan program-program siaran yang berorientasi pada penguatan pemahaman agama masyarakat. Konten yang disajikan meliputi ceramah, dialog interaktif, pengajian kitab kuning, serta pembahasan persoalan fiqih yang berkaitan langsung dengan kehidupan sehari-hari. Melalui program-program tersebut, masyarakat memperoleh akses terhadap pengetahuan agama secara rutin dan sistematis. Intensitas paparan informasi keagamaan inilah yang kemudian berkontribusi terhadap peningkatan religiusitas pendengarnya.

Peningkatan Pemahaman Agama

Salah satu indikator meningkatnya religiusitas adalah bertambahnya pemahaman agama. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pendengar, ditemukan bahwa RSA berhasil meningkatkan literasi keagamaan masyarakat Kabupaten Wajo. Mustafa Kamal (wawancara) menyatakan bahwa pengetahuan agamanya bertambah, terutama terkait persoalan fiqih yang sering dihadapi dalam kehidupan sehari-hari, seperti tata cara salat, zakat, qurban, dan berbagai persoalan ibadah lainnya. Pernyataan ini menunjukkan bahwa RSA berfungsi sebagai sumber rujukan praktis dalam menyelesaikan persoalan keagamaan. Hal yang senada disampaikan oleh Mahyuddin (wawancara), yang mengungkapkan bahwa setelah rutin mendengarkan Radio Suara As'adiyah, pengetahuan agamanya semakin bertambah, khususnya terkait ibadah mahdhah (ibadah yang tata caranya telah ditentukan secara rinci, seperti salat dan puasa) maupun ghairu mahdhah (ibadah sosial seperti sedekah dan muamalah). Testimoni ini memperlihatkan bahwa RSA tidak hanya membahas aspek ritual, tetapi juga dimensi sosial dalam ajaran Islam.

Dalam perspektif komunikasi massa, terutama melalui pendekatan *uses and gratifications*, audiens dipandang sebagai pihak yang aktif dalam menentukan pilihan media yang dapat memenuhi berbagai kebutuhannya, termasuk kebutuhan akan informasi serta orientasi nilai dalam kehidupan. Masyarakat Wajo memilih RSA karena radio ini menyediakan informasi agama yang relevan dan kontekstual. Kebutuhan akan pengetahuan agama menjadi motivasi utama dalam mengakses siaran. Ketika kebutuhan tersebut terpenuhi, maka terbentuklah kepuasan (*gratification*) yang mendorong pendengar untuk terus menjadikan radio sebagai sumber informasi utama. Lebih jauh, peningkatan pemahaman agama juga berkaitan dengan legitimasi sumber informasi. RSA menyiarkan ceramah dan pengajian yang dibawakan oleh

ulama atau Anre Gurutta yang memiliki otoritas keilmuan dan sosial. Otoritas ini menumbuhkan kepercayaan (*trust*) masyarakat terhadap isi siaran. Dalam konteks masyarakat religius seperti Wajo, kepercayaan terhadap sumber dakwah menjadi faktor penting dalam penerimaan pesan. Dengan demikian, peningkatan pemahaman keagamaan tidak hanya ditentukan oleh substansi materi yang disampaikan, tetapi juga oleh tingkat kredibilitas pihak yang menyampaikannya.

Proses peningkatan pemahaman ini secara perlahan membentuk kesadaran kolektif bahwa agama bukan hanya ritual formal, tetapi pedoman hidup yang menyentuh seluruh aspek kehidupan. Ketika masyarakat semakin memahami hukum-hukum fiqih dan nilai-nilai etika Islam, mereka memiliki landasan normatif yang lebih kuat dalam mengambil keputusan dan bertindak. Inilah tahap awal dari peningkatan religiusitas yang bersifat kognitif.

Perubahan Perilaku

Religiusitas tidak berhenti pada tataran pengetahuan. Aspek yang lebih substantif adalah perubahan sikap dan perilaku. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa paparan siaran keagamaan RSA tidak hanya menambah wawasan, tetapi juga memengaruhi perilaku sosial masyarakat ke arah yang lebih baik. Herman (wawancara) menyatakan bahwa setelah sering mendengarkan ceramah agama di RSA, Ia pun terdorong untuk berkembang menjadi pribadi yang lebih baik, khususnya dalam menjalani kehidupan bermasyarakat, seperti memperbanyak silaturahmi dan menumbuhkan sikap toleransi antar sesama. Pernyataan ini menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan melalui radio tidak berhenti pada level kognitif, tetapi masuk ke ranah afektif dan behavioral. Dalam teori perubahan perilaku, informasi yang berulang dan konsisten dapat membentuk sikap (*attitude*), dan sikap yang terinternalisasi akan memengaruhi tindakan (*behavior*). RSA melalui siaran rutinnya secara tidak langsung membentuk habitus religius di tengah masyarakat. Ceramah tentang pentingnya ukhuwah Islamiyah, toleransi, dan kepedulian sosial mendorong pendengar untuk merefleksikan dan memperbaiki perilakunya.

Perubahan perilaku ini juga dapat dipahami dalam kerangka fungsi sosial agama. Agama tidak hanya mengatur relasi manusia dengan Tuhan (*hablum minallah*), tetapi juga mengatur hubungan antarsesama (*hablum minannas*). Ketika radio menyiarkan materi mengenai etika sosial, pentingnya menjaga ukhuwah, serta larangan berbuat zalim, nilai-nilai tersebut secara bertahap terinternalisasi dan membentuk kesadaran kolektif masyarakat, sehingga memengaruhi cara berpikir, bersikap, dan berperilaku dalam kehidupan sosial sehari-hari secara lebih luas. Dalam konteks ini, RSA berperan sebagai agen sosialisasi nilai yang memperkuat kohesi sosial. Selain itu, perubahan perilaku juga tampak dalam peningkatan partisipasi keagamaan masyarakat, seperti lebih disiplin dalam menjalankan salat berjamaah, lebih aktif mengikuti pengajian, serta

lebih peduli terhadap kegiatan sosial-keagamaan. Walaupun tidak semua perubahan dapat diukur secara kuantitatif, testimoni pendengar menunjukkan adanya dampak nyata dalam kehidupan sehari-hari. Radio menjadi medium yang menjembatani ruang privat (rumah tangga) dengan ruang publik (masjid dan masyarakat), sehingga pesan dakwah dapat menjangkau berbagai lapisan sosial.

Secara sosiologis, media lokal seperti RSA memiliki kedekatan emosional dan kultural dengan masyarakatnya. Kedekatan ini membuat pesan yang disampaikan lebih mudah diterima dan diinternalisasi. Ketika masyarakat merasa bahwa radio tersebut adalah "milik bersama" dan merepresentasikan identitas mereka, maka tingkat penerimaan pesan menjadi lebih tinggi. Dalam konteks ini, radio tidak sekadar berperan sebagai sarana komunikasi, melainkan telah menjadi bagian integral dari kehidupan sosial masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat Kabupaten Wajo memanfaatkan RSA sebagai media informasi yang turut berkontribusi dalam meningkatkan religiusitas melalui dua jalur utama yang saling melengkapi dan berpengaruh signifikan dalam kehidupan sehari-hari: peningkatan pemahaman agama dan perubahan perilaku. Proses ini menunjukkan bahwa media lokal berbasis dakwah memiliki peran strategis dalam membentuk kesadaran religius dan moralitas sosial. Religiusitas yang tumbuh tidak hanya bersifat simbolik, tetapi tercermin dalam praktik nyata kehidupan sehari-hari, baik dalam ibadah personal maupun dalam interaksi sosial. RSA dalam hal ini menjadi contoh bagaimana media tradisional seperti radio tetap relevan sebagai sarana transformasi nilai dan penguatan spiritualitas masyarakat.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa Radio Suara As'adiyah (RSA) tidak sekadar berfungsi sebagai media penyiaran, tetapi sebagai warisan dakwah lokal yang membentuk memori kolektif dan jejak religiusitas masyarakat Kabupaten Wajo. Strategi penggunaan Bahasa Bugis dalam setiap program siaran memperkuat kedekatan kultural antara radio dan pendengarnya, sekaligus meneguhkan identitas lokal dalam praktik dakwah. Dominasi program keagamaan sembilan dari lima belas program siaran, menunjukkan orientasi kuat pada pembinaan religiusitas publik. Konten yang disajikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga edukatif dan normatif, terutama melalui pengajian kitab kuning dan ceramah yang terintegrasi dengan waktu-waktu salat dari Masjid Agung Ummul Qura Sengkang. Temuan ini menegaskan bahwa RSA membangun pola religiusitas berbasis rutinitas pendengaran, internalisasi nilai, dan kedekatan simbolik antara media, masjid, dan masyarakat. Meskipun kini tidak lagi aktif, jejak siarannya tetap hidup dalam ingatan kolektif warga sebagai bagian dari sejarah dakwah kultural di Wajo.

Implikasi kajian ini menunjukkan bahwa media lokal berbasis dakwah memiliki peran strategis dalam membentuk struktur kesadaran religius masyarakat, bahkan melampaui usia operasional medianya sendiri. Warisan RSA memperlihatkan bahwa keberhasilan dakwah tidak semata ditentukan oleh teknologi, tetapi oleh resonansi kultural, legitimasi ulama, dan konsistensi konten keagamaan. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan pentingnya dokumentasi dan digitalisasi arsip siaran radio dakwah sebagai bagian dari pelestarian memori kolektif Islam lokal. Kajian selanjutnya berpeluang mengembangkan pendekatan media *memory studies*, etnografi resepsi, atau analisis transformasi dakwah dari radio ke platform digital. Selain itu, penelitian komparatif dengan radio dakwah lain di Sulawesi Selatan dapat memperkaya pemahaman tentang dinamika media Islam lokal dalam menghadapi perubahan ekosistem komunikasi kontemporer serta mempertahankan pengaruhnya dalam membentuk religiusitas publik.

5. DAFTAR PUSTAKA

Amalia, I. M. R., Ridwan, M., & Nurbayti, N. (2024). Agama sebagai Kebutuhan Manusia Modern. *Jurnal Garasi Buku dan Obrolan Keilmuan, 2*(1), 1–17. https://doi.org/10.62475/sibook.v2i1.18.

Aprilia, Erika., Aini, A. N., & Kusworo, V. A. (2024). Manajemen Media Penyuaran Swaragama dan Program Siaran di Erah Digital. *Jurnal Audiens Ilmu Komunikasi UMY. 5*(3). 409-418 https://doi.org/10.18196/jas.v5i3.379

Astuti, S. I. (2017). *Jurnalisme Radio: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Aziz, M. A. (2017). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.

Berimau, I. F., Engel, J., & Ranimpi, Y. (2021). Mewariskan Memori Kolektif sebagai Pendekatan Pendampingan dan Konseling untuk Meningkatkan Pembangunan Jemaat Adang. *Kharismata: Jurnal Teologi Pantekosta. 4*(1). 132-146. https://doi.org//10.47167/kharis.v4i1.79.

Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Dian Susanti. (Sengkang, 2026, Mei 24). Wawancara personal.

Faidah, Umul., & Uswatusolihah, U. (2021). Radio sebagai Medi Dakwah (Studi terhadap Program Keagamaan di Radio Suara Banjarnegara). *Intreraksi Peradaban: Jurnal*

Komunikasi dan Penyiaran Islam. 1(2). 218-248. https://doi.org/10.15408/interaksi.v1i2.23903.

Fakhruroji, M. (2019). *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Giling, M., Tahir, M., Alhadar, M., Arifin, Z., & Ulama'i, K. A. (2025). Characteristics and Dynamics of Sunni Sufism at the As'adiyah Sengkang Wajo Islamic Boarding School. *Jurnal Ushuluddin, 33*(1), 222-237. http://dx.doi.org/10.24014/jush.v33i1.38151.

Habibah, A. F., & Irwansyah. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis, 3*(2), 350–363. https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255

Halim, W. (2018). Young Islamic Preachers on Facebook: Pesantren As'adiyah and its Engagement with Social Media. *Indonesia and the Malay World, 46*(134), 44–60. https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416796

Hamad, I. (2023). *Perencanaan Program Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Haris, A., & Nurfaika. (2024). Pesantren on Digital Era: Tantangan dan Peluang Pondok Pesantren As'adiyah Sengkang-Sulawesi Selatan. *Innovations in Multidisciplinary Education Journal, 1*(2), 48–60. https://doi.org/10.61476/qrkxvz43

Herman. (Sengkang, 2026, May 24). Wawancara personal.

Husain, Saddam ., & Wahyuni, A.E.D. (2021). Moderasi Beragama Berbasis Tradisi Pesantren pada Ma'had Aly As'adiyah Sengkang Wajo Sulawesi Selatan. *Jurnal Harmoni. 20*(1). 48-66. https://doi.org/10.32488/harmoni.v20i1.455

Ilyas, H. F. (2020). Anregurutta H. M. Yunus Martan: Sosok Panrita Pembaharu. *Al-Qalam, 26*(2), 411–424. https://doi.org/10.31969/alq.v26i2.887.

Ishaq, R. E. (2016). *Ilmu Dakwah*. Malang: Madani.

Kuba, I.A., Alwi HS, M., Asmullah., & Hasana, Nurul. (2025). The Contestation of Religious Authority, Social Media, and Local Fiqh: As'adiyah's Rejection of Ustadz Firanda in Wajo. *Al-Qalam Journal of Religious Sociocultural Research. 31*(2). 302-315. https://doi.org/10.319669/alq.v31i2.1698.

Khalis, N. (2019). Strategi Segmentation Targeting Positioning PT Radio Suara As'adiyah Sengkang untuk Menjaga Eksistensinya. *Jurnal Manajemen dan Organisasi Review (MANOR), 1*(1). 68-78. https://doi.org/10.47354/mjo.v1i1.91.

Lestari, Riska., Razzaq, Abdur., & Hati, P. C. (2025). Strategi Komunikasi Penyiaran Radio Sonora Palembang 102,6 Fm dalam Meningkatkan Daya Tarik bagi Pengiklan dan Pendengar. *Journal of Innovative and Creativity. 5*(3). 37326-37334. https://doi.org/10.31004/joecy.v5i3.5788.

Loisa, Riris., Sukendro, G. G., Yoedtadi, M. G., Savitri, Lusia., & Oktavianti, R. (2020). Memori Kolektif Para Kontributor Berita Wilayah Pasca Konflik dan Peliputan Keberagaman. *Jurnal Kajian Komunikasi. 8*(2). 240-252. https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.26190.

Mahyuddin. (Sengkang, 2026, May 24). Wawancara personal.

Manuella, F. G., & Rusdi, F. (2022). Strategi Penyiaran Radio Mustang 88 FM dalam Mempertahankan Pendengar (Studi Kasus Program Mustang Morning Squad). *Jurnal Koneksi, 6*(2). 431–439. https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.15797.

Munthe, Muktarruddin (2018). Penggunaan Radio sebagai Media Komunikasi Dakwah. *Jurnal Komunikasi Islamika:Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam.* 5(2). 1-18. http://dx.doi.org/10.37064/jki.v5i2.3993.

Mustafa Kamal. (Sengkang, 2026, Mei 24). Wawancara Personal.

Rahmadhani, A. N., et al. (2025). Netralitas Media Tempo dalam Pemilu 2024: Framing Berita dan Pengaruhnya terhadap Opini Publik. *Jurnal Mediasi. 4*(2). 271-284. https://jurnalilmiah.org/journal/index.php/mediasi/article/view/1172.

Ramli Alimuddin. (Sengkang, 2026, Mei 23). Wawancara Personal.

Saleh, A. F., Idris, R., & Patahuddin. (2022). Radio Suara As'adiyah di Kabupaten Wajo (1968-2021). *Jurnal Phinisi Integration Review. 5*(2). 428-432. https://doi.org/10.26858/pir.v5i2.33646.

Sunardin, S. (2021). Manusia Membutuhkan Agama di Masyarakat. *Misykat Al-Anwar: Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat*, *4*(1), 1–18. https://doi.org/10.24853/ma.4.1.1-18.

Suryantara, I. M. P., Hariani, F., & Rahmat, L. A. (2022). Strategi Lombok TV dalam eksistensinya sebagai televisi lokal di Mataram. *Widya Sandhi: Jurnal Kajian Agama, Sosial dan Budaya*, *13*(1), 51–59. https://doi.org/10.53977/ws.v13i1.512.

Wahida, Besse. (2018). Dakwah Halaqah Pondok Pesantren As'adiyah Pusat Sengkang. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah. 12*(1). 131-148. https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v12i1.1089.

Wasfiyah, F., Mandasari, F., Intan, M. N., Hunaifi, I., & Muktamar, A. (2024). Gaya Kepimpinan Kyai di Pesantren As'adiyah: Fokus pada era KH. M. Yunus Martan. *Holistik Analisis Nexus, 1*(7), 170–183. https://doi.org/10.62504/nexus771.

Wulandari, C., & Yusuf, F., (2022). Perkembangan dan Peran Radio Berbasis Dakwah Islam di Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK). 4*(6), 10814-10822. https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i6.10138.