

Strategi Dakwah Islam Melalui Program Keagamaan di Radio K – Lite 107.1 FM Bandung

Rumaisha Rahmania^{*}, M. Wildan Yahya, AsepAhmad Siddiq

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

rumaisharahmania4@gmail.com, wildanbinyahya@unisba.ac.id, asep.ahmad@unisba.ac.id

Abstract. This research aims to explore the Islamic da'wah strategies implemented by Radio K–Lite 107.1 FM Bandung through its religious programs. Amid the digital era's challenges, radio remains a powerful and relevant medium for conveying Islamic messages. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through interviews, observation, and documentation. The strategies analyzed are based on Al-Bayanuni's theory: sentimental, rational, and sensory (indrawi). The sentimental strategy involves emotional engagement between the broadcaster and listeners through warm greetings, touching delivery, and persuasive language. The rational strategy emphasizes logical reasoning and content that is easy to understand and relevant to everyday life. The sensory strategy employs tone, sound effects, and online interactions to stimulate the listener's imagination. The findings reveal that all three strategies are integrated effectively by Radio K–Lite 107.1 FM to create emotional and intellectual bonds with the audience. This makes the da'wah programs not only informative but also communicative, inspirational, and adaptive to modern trends. Thus, Radio K–Lite 107.1 FM proves its ability to remain relevant and effective as a medium of Islamic da'wah in today's evolving media landscape.

Keywords: *Da'wah Strategy, Radio, Sentimental..*

Abstrak. Menggambarkan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi islam yang diterapkan oleh Radio K – Lite 107.1 FM Bandung melalui program keagamaannya. Di tengah tantangan era digital, radio masih memiliki daya jangkauan luas dan relevansi tinggi dalam menyampaikan pesan dakwah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Strategi dakwah yang dianalisis mengacu pada teori Al-Bayanuni, yaitu strategi sentimental, rasional, dan indrawi. Strategi sentimental dilakukan melalui pendekatan emosional antara penyiar dan pendengar, seperti sapaan hangat, penyampaian yang menyentuh hati, serta penggunaan bahasa persuasif. Strategi rasional melibatkan penalaran logis dan penyampaian materi yang mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Sementara strategi indrawi diaplikasikan melalui suara, intonasi, efek audio dan interaksi daring, yang mampu merangsang daya imajinasi pendengar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga strategi ini digunakan secara terpadu oleh Radio K–Lite 107.1 FM untuk membangun kedekatan emosional dan intelektual dengan pendengar. Hal ini menjadikan program dakwah tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga komunikatif, inspiratif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Dengan demikian, Radio K–Lite 107.1 FM Bandung terbukti mampu mempertahankan eksistensinya sebagai media dakwah Islam yang efektif dan modern.

Kata Kunci: *Strategi Dakwah, Radio, Sentimental.*

A. Pendahuluan

Dakwah Islam merupakan suatu proses penyampaian nilai-nilai keislaman yang ditujukan untuk mengajak umat kepada jalan kebaikan dan kebenaran. Dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah konvensional di masjid atau majelis taklim, melainkan kini berkembang melalui berbagai media komunikasi, termasuk media elektronik seperti radio. Dalam era digital saat ini, di tengah dominasi media sosial dan platform streaming, radio tetap eksis sebagai salah satu media yang memiliki keunggulan dari segi kedekatan emosional, fleksibilitas, dan jangkauan luas (Ibnu Kasir & Awali, 2024).

Seiring perkembangan zaman, media dakwah dituntut untuk mampu beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks. Menurut data Nielsen Radio Audience Measurement tahun 2023, sekitar 38% masyarakat urban Indonesia masih aktif mendengarkan radio dengan durasi rata-rata 2,5 jam per hari. Temuan ini membuktikan bahwa radio masih relevan dan memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang mencerahkan masyarakat (Nielsen, 2023).

Radio K-Lite 107.1 FM Bandung menjadi salah satu contoh nyata media penyiaran yang konsisten menyampaikan konten dakwah melalui program keagamaan yang inspiratif dan interaktif. Program dakwah ini tidak hanya menghadirkan materi keislaman, tetapi juga disampaikan dengan pendekatan yang menyentuh hati dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Melalui program seperti “Inspiring Live”, radio ini mampu menjalin komunikasi dua arah dengan pendengar, menjadikan penyiar bukan hanya sebagai komunikator, melainkan juga sebagai sahabat spiritual bagi audiensnya.

Strategi dakwah yang diterapkan oleh Radio K-Lite 107.1 FM mengacu pada teori dakwah yang dikemukakan oleh Al-Bayanuni. Dalam teorinya, strategi dakwah dibagi menjadi tiga pendekatan utama, yaitu strategi sentimental (*al-manhaj al-‘athifi*), strategi rasional (*al-manhaj al-‘aqli*), dan strategi indrawi (*al-manhaj al-hissi*). Strategi sentimental menekankan aspek emosional dan hubungan dari hati ke hati antara penyampai dakwah dan mad’u (pendengar), seperti melalui sapaan hangat dan bahasa yang menyentuh perasaan. Strategi rasional menekankan penalaran logis, menggunakan argumen dan pemikiran yang rasional dalam penyampaian materi dakwah. Sedangkan strategi indrawi melibatkan pancaindra, seperti suara yang jelas, intonasi menarik, serta efek suara untuk membangun imajinasi dan kedekatan pendengar terhadap isi dakwah (Paluseri, 2020).

Urgensi dari penelitian ini muncul karena adanya tantangan yang dihadapi oleh media radio dalam mempertahankan eksistensinya di tengah gempuran teknologi digital seperti YouTube, podcast, dan media sosial. Radio, sebagai media yang bersifat audio, perlu melakukan inovasi agar tetap mampu menarik minat pendengar dan menyampaikan dakwah dengan cara yang relevan. Oleh karena itu, strategi dakwah yang diterapkan harus disesuaikan dengan kebutuhan audiens modern, terutama generasi muda yang mulai bergeser ke media digital (Setiawan & Halwati, 2022).

Dalam konteks ini, penting untuk mengetahui bagaimana Radio K-Lite 107.1 FM Bandung mempertahankan keberadaannya sebagai media dakwah Islam melalui penerapan strategi dakwah yang inovatif, komunikatif, dan inspiratif. Penelitian ini menjadi signifikan untuk mengkaji lebih jauh efektivitas penerapan teori Al-Bayanuni dalam media dakwah modern, serta untuk menjawab tantangan dakwah Islam di tengah era globalisasi dan transformasi digital yang pesat.

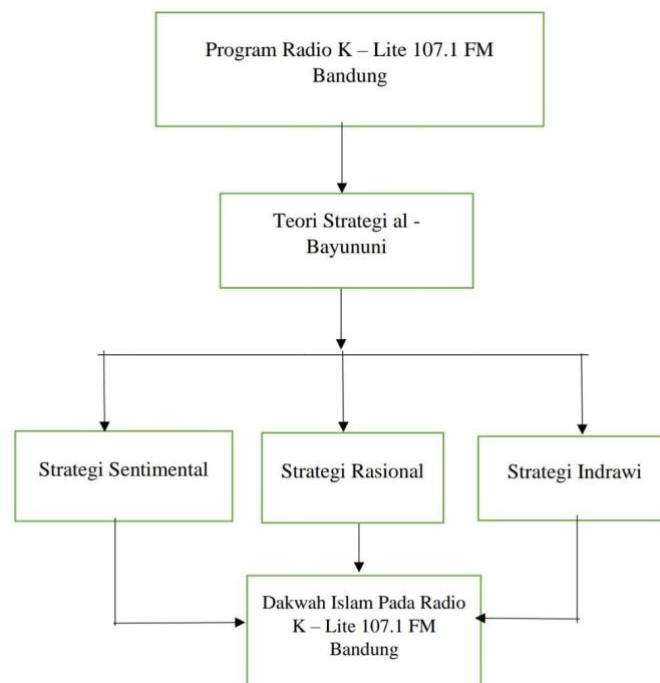
B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif sebagai metode utama dalam menggali dan menganalisis strategi dakwah Islam melalui program keagamaan di Radio K-Lite 107.1 FM Bandung. Pendekatan ini dipilih karena mampu menjelaskan secara mendalam fenomena dakwah yang bersifat kompleks dan kontekstual, serta memberikan pemahaman menyeluruh terhadap interaksi antara penyiar, materi dakwah, dan pendengar (Ansori, 2022).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode, yaitu wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada beberapa informan kunci, di antaranya Ustadz Prof. Dr. Ir. KH. Samsoe Basarudin sebagai narasumber utama dalam program dakwah, tim program dan penyiar Radio K–Lite 107.1 FM Bandung, serta beberapa pendengar aktif. Wawancara dilakukan secara langsung maupun melalui media daring seperti WhatsApp. Sementara itu, observasi dilaksanakan secara langsung di lokasi siaran untuk melihat secara nyata bagaimana strategi dakwah dijalankan, termasuk pola komunikasi, gaya penyampaian, hingga respons audiens terhadap materi yang disampaikan. Dokumentasi juga dikumpulkan sebagai data pendukung, berupa foto, rekaman siaran, materi dakwah, dan dokumen internal program radio.

Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung melalui hasil wawancara dan observasi di lapangan, sementara data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, dokumen siaran, dan referensi lain yang relevan dengan tema dakwah dan media radio. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak enam orang, terdiri dari satu narasumber utama, dua penyiar atau staf program, serta tiga orang pendengar aktif yang menjadi bagian dari audiens setia program keagamaan. (Muta, 2021)

Dapat dilihat sebagaimana gambar tabel Kerangka Pemikiran Berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan selama bulan Mei hingga Juli 2025, dengan lokasi utama di studio Radio K-Lite 107.1 FM Bandung. Seluruh proses pengumpulan dan pengolahan data dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan. Tahapan penelitian dimulai dari studi pustaka dan penyusunan rumusan masalah, dilanjutkan dengan observasi dan wawancara, kemudian data dianalisis secara tematik hingga diperoleh simpulan.

Jenis artikel ilmiah yang digunakan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori original research atau penelitian asli, yaitu suatu karya ilmiah yang disusun berdasarkan hasil temuan lapangan dan pengolahan data primer secara langsung. Artikel jenis ini berfokus pada pengumpulan dan analisis data empiris guna menjawab rumusan masalah secara ilmiah. Penelitian ini bukan merupakan hasil telaah pustaka semata, melainkan dilandasi oleh kegiatan observasi, wawancara, dan dokumentasi di lokasi penelitian, yaitu Radio K–Lite 107.1 FM Bandung. Sehingga artikel ini termasuk kategori penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif (Abner Eleazar Castro Olivas, 2018).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa strategi dakwah Islam yang diterapkan oleh Radio K-Lite 107.1 FM Bandung dalam program keagamaannya menggunakan pendekatan sentimental, rasional, dan indrawi secara terpadu. Ketiga strategi ini tampak diterapkan secara konsisten dan saling melengkapi satu sama lain, sesuai dengan teori strategi dakwah yang dikemukakan oleh Al-Bayanuni.

Strategi sentimental diterapkan melalui gaya komunikasi yang hangat, santun, dan menyentuh perasaan, sehingga menciptakan kedekatan emosional antara penyiar dan pendengar. Strategi rasional dilakukan dengan penyampaian materi dakwah secara logis dan sistematis, dilengkapi dalil serta contoh aktual, agar pesan mudah diterima secara intelektual. Sementara itu, strategi indrawi terlihat dari penggunaan audio berkualitas, musik latar, serta interaksi langsung melalui WhatsApp dan Zoom, sehingga pendengar merasa terlibat dalam siaran.

Ketiga pendekatan tersebut menjadikan siaran dakwah Radio K-Lite bersifat komunikatif, adaptif, dan efektif. Dengan menggabungkan aspek emosional, intelektual, dan sensorik, radio ini mampu menyampaikan pesan Islam secara relevan dan menyentuh berbagai lapisan masyarakat di tengah era digital.

Hasil Temuan Pertama

Hasil temuan pertama dari penelitian ini menunjukkan bahwa Radio K-Lite 107.1 FM Bandung menerapkan strategi dakwah sentimental (Al-Manhaj Al-'Athifi) dalam program keagamaannya. Strategi ini dijalankan melalui pendekatan emosional yang membangun hubungan keakraban antara penyiar dan pendengar. Pendekatan tersebut dilakukan dengan menyapa pendengar secara hangat, menggunakan bahasa yang santun, serta gaya penyampaian yang menyentuh hati dan penuh empati. Penyiar berusaha menciptakan suasana dakwah yang ramah dan menyenangkan, sehingga pendengar merasa dihargai dan diperhatikan secara personal (Abner Eleazar Castro Olivas, 2018)

Selain itu, pendekatan ini diperkuat dengan interaksi dua arah melalui media digital seperti Zoom dan WhatsApp, sehingga para pendengar dapat memberikan tanggapan, pertanyaan, atau sekadar menyampaikan pendapat. Ustadz Samsoe Basarudin sebagai narasumber menyampaikan bahwa strategi sentimental sangat penting dalam membangun hubungan hati ke hati antara da'i dan mad'u, karena dari pendekatan inilah muncul kepercayaan, kenyamanan, dan penerimaan terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

Setiap gambar hendaknya diberikan penjelasan yang dituliskan pada bagian setelah gambar. Apa makna dari gambar 1 tersebut dan keterangan lainnya jika diperlukan.

agian ini memuat mengenai hasil-hasil penting dari penelitian yang telah dilakukan. Proses pengolahan dan analisis data dapat dituliskan di bagian ini. Misalnya langkah dalam pengolahan data dengan menggunakan metode atau algoritma tertentu. Kemudian dapat membahas mengenai interpretasi data. Diperbolehkan menggunakan sub bab, tanpa menggunakan bullets and numbering. Seperti ditunjukkan sebagai berikut ini.

Tabel 1. Tabel Karakteristik

No	Aspek yang diamati	Hasil temuan Lapangan
1	Gaya Bahasa Penyiar	Ramah, santun, menyentuh hati, penuh motivasi spiritual
2	Intonasi dan Nada Bicara	Lembut, stabil, tidak keras atau menegur secara kasar
3	Sapaan kepada pendengar	Menyapa secara langsung dengan nama atau panggilan "sahabat" disertai doa kebaikan
4	Waktu siaran	Bad'a subuh (05.30 – 06.00 WIB), saat suasana tenang dan penuh perenungan
5	Interaksi dengan audiens	Tanggapan langsung via WhatsApp & Zoom, pembacaan komentar dan pernyataan secara live.
6	Isi dakwah	Bersifat motivasional, menyentuh perasaan, tidak menghakimi, mengedepankan kasih sayang

No	Aspek yang diamati	Hasil temuan Lapangan
7	Respon pendengar (hasil Wawancara)	Merasa lebih tenang, merasa diperhatikan, merasa lebih dekat dengan penyampaian materi

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2025.

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa pendekatan sentimental yang diterapkan oleh Radio K-Lite bukan hanya sebagai teknik komunikasi biasa, tetapi telah menjadi bagian dari strategi dakwah yang melekat dalam struktur program keagamaannya. Strategi ini dinilai berhasil menciptakan ikatan emosional antara da'i dan mad'u, yang pada akhirnya dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan keislaman secara lebih mendalam dan membekas di hati pendengarnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah Islam diterapkan oleh Radio K-Lite 107.1 FM Bandung melalui program keagamaannya, dengan fokus pada tiga pendekatan utama menurut teori Al-Bayanuni: sentimental, rasional, dan indrawi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga strategi tersebut tidak hanya digunakan secara terpisah, tetapi saling mendukung dan membentuk satu kesatuan dalam praktik dakwah di media radio (Syarifuddin, 2022).

Sesuai dengan rumusan masalah pertama, strategi dakwah sentimental diterapkan melalui pendekatan emosional antara penyiar dan pendengar. Hasil observasi menunjukkan bahwa penyiar membuka siaran dengan sapaan hangat, suara yang lembut, dan bahasa yang persuasif. Wawancara dengan Ustadz Samsoe Basarudin mengungkapkan bahwa penyampaian dakwah dari hati ke hati membuat pendengar merasa dekat secara spiritual, sehingga materi lebih mudah diterima. Fenomena ini memperlihatkan bahwa kedekatan emosional sangat penting dalam membangun keterikatan antara da'i dan mad'u.

Berkaitan dengan rumusan masalah kedua, strategi dakwah rasional diimplementasikan dengan penyampaian materi yang sistematis dan logis. Penyiar menggunakan pendekatan argumentatif, menyampaikan ajaran Islam dengan dalil dan contoh konkret yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Temuan ini diperoleh dari dokumentasi siaran dan tanggapan pendengar yang menyatakan bahwa dakwah yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami dan diaplikasikan. Hal ini menunjukkan adanya korelasi antara pendekatan rasional dan tingkat pemahaman pendengar terhadap pesan keagamaan.

Sedangkan rumusan masalah ketiga terjawab melalui temuan bahwa strategi dakwah indrawi dilaksanakan dengan mengoptimalkan kekuatan media audio. Radio K-Lite menggunakan intonasi suara, efek audio, dan musik latar yang sesuai dengan konten dakwah. Selain itu, adanya interaksi dua arah melalui Zoom dan WhatsApp memberikan pengalaman dakwah yang lebih interaktif. Pendengar dapat mengajukan pertanyaan secara langsung, sehingga mereka merasa lebih dilibatkan dalam proses dakwah. Fenomena ini memperkuat bahwa media radio, meskipun bersifat audio, tetap dapat menciptakan kedekatan sensorik dan partisipatif. (Hisna Faturochman & Komarudin Shaleh, 2024b).

Hasil penelitian ini mendukung tujuan penelitian yang ingin mengetahui efektivitas strategi dakwah sentimental, rasional, dan indrawi di Radio K-Lite 107.1 FM Bandung. Ketiganya terbukti berkontribusi dalam menjadikan siaran keagamaan tidak hanya sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai media komunikasi dakwah yang inspiratif dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Radio K-Lite telah membuktikan bahwa strategi dakwah yang tepat dapat menjadikan media konvensional seperti radio tetap relevan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam di tengah masyarakat modern.

Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi lapangan, strategi dakwah Islam yang diterapkan oleh Radio K-Lite 107.1 FM Bandung dalam program keagamaannya meliputi tiga pendekatan utama, yaitu sentimental, rasional, dan indrawi. Ketiganya dijalankan secara harmonis dan saling melengkapi sesuai dengan teori strategi dakwah Al-Bayanuni. Analisis ini bertujuan untuk membahas lebih dalam bagaimana masing-masing strategi diimplementasikan, serta relevansi dan efektivitasnya dalam konteks media radio sebagai saluran dakwah modern.

1. Strategi dakwah sentimental

Strategi dakwah sentimental diterapkan melalui pendekatan emosional yang menyentuh hati pendengar. Penyiar memulai siaran dengan sapaan yang hangat dan santun, seperti “Sahabat K-Lite yang dirahmati Allah,” yang mampu menciptakan kedekatan batin antara penyampai dan penerima dakwah. Suara penyiar yang lembut dan nada bicara yang menenangkan menjadi elemen penting dalam menyampaikan pesan dengan rasa kasih sayang (Anis, 2021). Menurut Ustadz Samsoe Basarudin, metode ini sangat penting dalam dakwah karena dapat menyentuh sisi psikologis mad'u dan menciptakan ikatan spiritual antara dai dan *audiens*. Pendengar pun merasa diperhatikan, dihargai, dan nyaman dalam mengikuti siaran, sehingga materi yang disampaikan lebih mudah diterima.

Selain itu, pendekatan sentimental juga tercermin dalam konten siaran yang bersifat motivasional dan tidak menghakimi. Penyiar lebih sering menyampaikan ajakan kebaikan dengan bahasa persuasif dan mendorong pendengar untuk introspeksi diri tanpa tekanan. Strategi ini sangat efektif karena menysasar sisi emosional pendengar, yang dalam kondisi tertentu lebih terbuka terhadap pesan agama yang disampaikan dengan kelembutan. Dalam teori Al-Bayanuni, strategi sentimental disebut sebagai *al-manhaj al-'athifi*, yakni strategi dakwah yang menekankan pada pengaruh emosi dan perasaan dalam proses penerimaan pesan. Dalam praktiknya, strategi ini berhasil membangun loyalitas dan keterikatan pendengar terhadap program keagamaan di Radio K-Lite.

2. Strategi Dakwah Rasional

Strategi dakwah rasional ditunjukkan melalui penyampaian materi dakwah yang disusun secara logis, runtut, dan berbasis argumen yang kuat. Penyiar menyampaikan ajaran Islam dengan membangun kerangka berpikir yang sistematis, menggunakan dalil-dalil dari Al-Qur'an dan hadis, serta menjelaskan aplikasinya dalam konteks kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini memudahkan pendengar dalam memahami konsep-konsep keislaman secara rasional, bukan hanya berdasarkan doktrin atau kepercayaan semata. Hal ini sejalan dengan teori *al-manhaj al-'aqli* menurut Al-Bayanuni, yang menekankan pentingnya pendekatan intelektual dan logis dalam dakwah, terutama pada audiens yang berpikir kritis dan terdidik secara akademik (Suwari & Dedy Pradesa, 2019).

Lebih lanjut, peneliti menemukan bahwa penggunaan contoh-contoh konkret dalam kehidupan sosial masyarakat modern sangat membantu pendengar dalam memahami makna ajaran Islam secara kontekstual. Misalnya, dalam membahas tema rezeki, penyiar tidak hanya menyampaikan ayat Al-Qur'an, tetapi juga mengaitkannya dengan realitas pekerjaan, usaha, dan kesabaran. Banyak pendengar menyatakan bahwa siaran dengan pendekatan rasional membantu mereka membangun logika beragama yang sehat dan menghindari pemahaman ekstrem. Dengan demikian, strategi ini mampu memperluas jangkauan dakwah kepada kelompok pendengar yang membutuhkan penalaran yang masuk akal dan argumentatif.

3. Strategi Dakwah Indrawi

Strategi dakwah indrawi dijalankan melalui pengoptimalan unsur-unsur sensorik, khususnya suara. Sebagai media audio, Radio K-Lite memanfaatkan intonasi suara penyiar, musik latar yang lembut, serta kualitas teknis siaran untuk menciptakan suasana yang nyaman dan menyentuh perasaan pendengar. Hal ini penting karena suara menjadi satu-satunya saluran komunikasi dalam media radio. Peneliti mengamati bahwa suasana siaran yang dibangun sangat mendukung penerimaan pesan dakwah secara optimal. Suara yang stabil dan artikulatif dapat meningkatkan fokus dan perhatian pendengar, serta menumbuhkan suasana hati yang tenang dan reflektif (Surianor, 2015).

Tidak hanya itu, strategi indrawi juga terlihat dari penggunaan media interaktif seperti Zoom dan WhatsApp untuk membangun komunikasi dua arah antara penyiar dan audiens. Pendengar dapat bertanya langsung atau mengomentari isi siaran secara real time, dan hal ini memberikan pengalaman yang bersifat partisipatif. Interaksi seperti ini menimbulkan kesan bahwa pendengar bukan hanya sebagai penerima pesan pasif, tetapi menjadi bagian dari proses dakwah. Strategi ini sesuai dengan *al-manhaj al-hissi* dalam teori Al-Bayanuni, yakni strategi yang melibatkan pancaindra dalam proses penerimaan dakwah. Di era media digital seperti sekarang, kemampuan radio dalam membangun pengalaman mendengar yang kuat menjadi nilai lebih yang membuatnya tetap relevan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah Islam yang diterapkan oleh Radio K-Lite 107.1 FM Bandung dalam program keagamaannya berjalan secara efektif dengan menggabungkan tiga pendekatan utama, yaitu strategi sentimental, rasional, dan indrawi. Ketiga strategi tersebut diterapkan secara terpadu dan saling melengkapi satu sama lain, sehingga menjadikan proses penyampaian dakwah tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga komunikatif, interaktif, dan menyentuh seluruh aspek penerimaan pesan, baik secara emosional, intelektual, maupun sensorik.

Strategi sentimental diterapkan melalui pendekatan dari hati ke hati, ditandai dengan gaya komunikasi yang hangat, bahasa yang santun, serta sikap penyiar yang empatik terhadap pendengar. Strategi ini berhasil menciptakan kedekatan emosional antara penyiar dan audiens. Sementara itu, strategi rasional dijalankan dengan penyampaian materi dakwah secara logis, sistematis, dan berbasis dalil serta fakta yang relevan. Pendekatan ini mendorong pendengar untuk memahami ajaran Islam secara kritis dan mendalam. Adapun strategi indrawi dimanfaatkan melalui kekuatan audio radio, termasuk suara, intonasi, musik latar, serta interaksi langsung melalui media daring seperti WhatsApp dan Zoom, yang memberikan pengalaman dakwah yang lebih hidup dan interaktif.

Ketiga pendekatan tersebut sejalan dengan teori strategi dakwah Al-Bayanuni dan terbukti efektif dalam menjadikan media radio sebagai sarana dakwah Islam yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Radio K-Lite mampu memanfaatkan kekuatannya sebagai media audio untuk menyampaikan pesan keislaman secara inspiratif, sehingga tetap eksis dan diminati oleh masyarakat di tengah pesatnya era digital.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan rasa syukur yang mendalam ke hadirat Allah Swt. atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Radio K-Lite 107.1 FM Bandung, khususnya kepada Ustadz Prof. Dr. Ir. KH. Samsoe Basarudin dan tim program keagamaan yang telah memberikan kesempatan, data, serta waktu untuk proses wawancara dan observasi. Kepada Bapak Prof. Dr. H. M. Wildan Yahya, Drs., M.Pd sebagai Dosen Pembimbing I, dan kepada Bapak H. Asep Ahmad Siddiq, Drs., M.Si sebagai dosen pembimbing II. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Islam Bandung (UNISBA), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, serta seluruh dosen dan tenaga akademik yang telah membimbing dan memfasilitasi proses studi hingga tahap penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Abner Eleazar Castro Olivas, T. M. L. S. (2018). EFEKTIVITAS SIARAN DAKWAH RADIO STREAMING SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM (STUDI KASUS DI RADIO RAMAYANA 98,8 FM METRO). *International Journal of Machine Tools and Manufacture*, 5(1), 86–96.
- Andhiya, S., Shaleh, K., & Natsir, M. A. (n.d.). *Penerapan Nilai-Nilai Dakwah dalam Pemasaran Produk Busana Muslimah Guna Meraih Keberkahan pada Brand Jamise Syar'i*. <https://journals.sangkuriangpublisher.com/person>
- Anis, N. F. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI PENYIAR DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH DI RADIO ALAIKASSALAM PONDOK PESANTREN AS SYAFI'YAH TEBET - JAKSEL*.
- Ansori, T. (2022). Retorika dakwah pada radio Fajri FM (Analisis kualitatif pada talkshow interaktif). *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah*, 6(1), 1–5. <https://doi.org/10.32832/komunika.v6i1.6134>

- Halwa Sri Wulandari, & Malki Ahmad Nasir. (2024). Strategi Dakwah YouTube Darussurur Media dalam Meningkatkan Pemahaman Agama. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 47–52. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i1.3903>
- Hisna Faturochman, & Komarudin Shaleh. (2024a). Strategi Dakwah Islam Program Siaran “Embun Pagi” Radio Rase 102. 3 FM Bandung. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 123–130. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i2.5248>
- Ibnu Kasir, & Awali, S. (2024). Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(1), 59–68. <https://doi.org/10.54621/jn.v11i1.842>
- Muhammad Zaenal Muttaqin, & Komarudin Shaleh. (2023). Strategi Dakwah Ustadz Ramdan Fawzi di Masa Pandemi. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 43–48. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.2274>
- Muta, A. (2021). Peneliti dan Informan Kunci pada Penelitian Kualitatif. *Universitas Gadjah Mada, August*, 1–9.
- Paluseri, M. S. (2020). Strategi Dakwah Muhammad Abu Al-Fatah Al-Bayanuni Dalam Meningkatkan Spiritualitas Narapidana Narkotika Di Rutan Kelas Iib Pinrang. *Pascasarjana IAIN Parepare*, 1–137.
- Setiyawan, B. A., & Halwati, U. (2022). Manajemen Strategi Dakwah Radio Di Era Digital. *Lisyabab : Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 3(2), 237–243. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v3i2.149>
- Surianor. (2015). Efektivitas Komunikasi Dakwah Melalui Radio. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 14(27), 1–21.
- Suwari, & Dedy Pradesa. (2019). Pendekatan Rasional Dalam Dakwah Masyarakat Modern Konteks Indonesia. *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 1(1), 23. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v1i1.10>
- Syarifuddin, M. (2022). *Strategi Dakwah Majelis Ulama Indonesia dalam Menyiarkan Nilai Islam Wasathiyah di Wonogiri*.