

**RESPON PENDENGAR DAN STRATEGI KOMUNIKASI
TERHADAP PROGRAM KAJIAN KOPYAH
DI RADIO ELGANGGA 100.3 FM BEKASI**

Dini Salsabila¹, Supriadi Maud², Alfi Satria³

¹KPI IAI AL-AZIS Indramayu

²KPI IAI AL-AZIS Indramayu

³KPI IAI AL- Azis Indramayu

¹dinisalsabila1717@gmail.com

ABSTRACT

This research was motivated by developments in broadcasting media that require radio stations to adapt to increasingly rapid and interactive patterns of information consumption. Radio Elgangga 100.3 FM, through its Kajian Kopyah programme, seeks to present religious broadcasts that combine Islamic material with a warm and easy-to-understand communication style that appeals to a wide range of audiences. The main focus of this study is to understand listeners' responses to the Kajian Kopyah programme and the strategies implemented by Radio Elgangga to increase its audience, particularly among Generation Z and millennials who use Instagram. This study answers two questions: (i) how do listeners respond to the Kajian Kopyah programme, and (ii) what strategies does Radio Elgangga use to reach a wider audience? This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques in the form of in-depth interviews with active listeners, programme managers, and the marketing team, direct observation of the broadcast studio, and documentation such as recordings or transcripts of broadcasts. The results show that cognitively, listeners gain new insights into Islamic teachings; affectively, they feel comfort, emotional closeness, and encouragement to improve their religious behaviour; while behaviourally, the study material is applied in daily life and shared with others. The communication strategies used included improving content quality, using communicative language, interacting through social media, and scheduling broadcasts to coincide with listeners' active times. This programme proved effective in conveying the message of da'wah, building loyalty, and expanding the audience reach.

Keywords: audience response, Kajian Kopyah, broadcasting strategies.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan media penyiaran yang menuntut radio untuk beradaptasi dengan pola konsumsi informasi yang semakin cepat dan interaktif. Radio Elgangga 100.3 FM, melalui program *Kajian Kopyah*, berupaya menyuguhkan siaran dakwah yang memadukan materi keislaman dengan gaya komunikasi yang hangat dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Fokus

utama penelitian ini adalah untuk memahami respon pendengar terhadap program *Kajian Kopyah* serta strategi yang diterapkan oleh Radio Elgangga dalam meningkatkan jumlah pendengarnya, khususnya dari kalangan Generasi Z dan milenial pengguna media sosial Instagram. Penelitian ini menjawab dua rumusan masalah: (i) bagaimana respon pendengar terhadap program *Kajian Kopyah*, dan (ii) strategi apa yang digunakan Radio Elgangga dalam menjangkau audiens lebih luas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dengan pendengar aktif, penanggung jawab program, dan tim marketing, observasi langsung ke studio siaran, serta dokumentasi seperti rekaman atau transkrip siaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara kognitif, pendengar memperoleh wawasan baru tentang ajaran Islam; secara afektif, mereka merasakan kenyamanan, kedekatan emosional, dan dorongan untuk memperbaiki perilaku keagamaan; sedangkan secara perilaku, materi kajian mulai diterapkan dalam kehidupan sehari-hari dan dibagikan kepada orang lain. Strategi komunikasi yang digunakan meliputi peningkatan kualitas konten, penggunaan bahasa yang komunikatif, interaksi melalui media sosial, serta penjadwalan siaran yang sesuai dengan waktu aktif pendengar. Program ini terbukti efektif dalam menyampaikan pesan dakwah serta membangun loyalitas dan memperluas jangkauan audiens.

Kata Kunci: respon pendengar, *Kajian Kopyah*, strategi penyiaran

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah cara manusia mengakses dan mendistribusikan informasi, termasuk melalui media massa seperti radio. Meski kini bersaing dengan media digital yang lebih cepat dan interaktif, radio tetap eksis berkat karakteristiknya yang fleksibel, efisien, dan terjangkau. Salah satu bentuk adaptasi radio dalam era digital adalah integrasi konten dakwah ke dalam program siaran, sebagaimana dilakukan oleh Radio Elgangga 100.3

FM, stasiun radio lokal di Bekasi yang telah aktif sejak 1986.

Radio Elgangga dikenal luas oleh masyarakat Bekasi dan sekitarnya, dengan genre siaran yang dominan dangdut dan berbagai program unggulan, salah satunya *Kajian Kopyah*. Program ini merupakan siaran dakwah dalam bentuk rekaman tausiyah subuh, disampaikan oleh para ustadz yang kompeten, dan dikemas secara menarik dengan selingan lagu islami. Dalam konteks penyiaran dakwah, penting untuk memahami bagaimana respon audiens terhadap program

tersebut, terutama dari kalangan milenial dan Generasi Z yang merupakan pengguna aktif media sosial dan memiliki karakteristik konsumsi media yang berbeda.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana respon pendengar terhadap program *Kajian Kopyah* dari aspek kognitif, afektif, dan perilaku, serta menganalisis strategi penyiaran yang digunakan oleh Radio Elangga dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi komunikasi dakwah di media radio yang relevan dengan perkembangan zaman.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan secara mendalam fenomena yang diteliti, khususnya respon pendengar terhadap program *Kajian Kopyah* di Radio Elangga 100.3 FM serta strategi penyiaran yang digunakan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami realitas sosial secara alamiah dan tidak dimanipulasi, melalui pengumpulan data berupa narasi dan

observasi langsung terhadap subjek penelitian.

Lokasi penelitian dilakukan secara langsung di kantor pusat Radio Elangga di Bekasi dan secara daring melalui *video call*. Populasi dalam penelitian ini adalah pendengar Radio Elangga yang mengikuti akun Instagram @elanggafm serta pihak internal seperti penanggung jawab program dan divisi marketing. Sampel dipilih secara purposive, yaitu berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Total terdapat 8 informan: 6 pendengar aktif, 1 penanggung jawab program, dan 1 dari divisi marketing.

Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer, berupa hasil wawancara mendalam dengan informan, serta data sekunder, seperti dokumentasi, arsip radio, artikel, dan literatur yang relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, yaitu kombinasi dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Analisis data dilakukan secara terus-menerus sejak pengumpulan data hingga penulisan laporan, melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, guna memperoleh

gambaran utuh terhadap respon audiens dan strategi komunikasi penyiaran Radio Elangga.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Respon Pendengar terhadap Program Kajian Kopyah

Program *Kajian Kopyah* yang disiarkan melalui Radio Elangga telah menjadi salah satu bentuk penyiaran dakwah yang efektif dalam menjangkau dan memengaruhi pendengarnya. Berdasarkan pendekatan teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R), program ini berperan sebagai stimulus berupa siaran ceramah keagamaan; organism adalah para pendengar dengan latar belakang usia dan profesi yang beragam; sedangkan response adalah reaksi emosional, kognitif, dan perilaku yang muncul setelah menyimak program tersebut.

Beberapa pendengar merasakan dampak langsung dari pesan-pesan yang disampaikan dalam program. Bobbi, misalnya, mengaku menjadi lebih teliti terhadap waktu ibadahnya, tidak lagi menyepelkan shalat lima waktu. Ini mencerminkan adanya

perubahan sikap dan kesadaran diri setelah menerima stimulus dakwah. Respon yang muncul tidak hanya bersifat pasif, tetapi juga aktif, meliputi peningkatan ibadah, introspeksi diri, dan pengendalian emosi.

a) Respon Kognitif Pendengar menunjukkan kemampuan untuk memproses isi kajian secara kritis dan reflektif. Rizki, misalnya, awalnya merasa "tertampar" oleh isi kajian karena menyadari ketidaksesuaian perilakunya dengan nilai-nilai Islam yang disampaikan. Namun, perasaan itu berkembang menjadi pemahaman baru dan motivasi untuk berubah. Kajian-kajian yang membahas tema sederhana seperti pentingnya shalat tepat waktu atau kejujuran ternyata justru memberikan kesan mendalam. Ia bahkan mencatat poin-poin penting dari kajian, seperti cara mengelola emosi dan menjaga lisan, sebagai bahan perbaikan diri. Ini menunjukkan bahwa pendengar secara aktif mengadopsi nilai yang mereka

rasa sesuai dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.

b) Respon Afektif

Secara emosional, pendengar merasakan keterhubungan personal dengan materi kajian. Bobbi mengungkapkan bahwa perasaannya menjadi "campur aduk", merasakan ketenangan, kebahagiaan, sekaligus kesedihan akibat teringat masa lalu. Program ini dianggap berhasil menyentuh sisi afektif secara kompleks, di mana pendengar tidak hanya merespons secara emosional, tetapi juga memprosesnya menjadi motivasi untuk berubah. Rahma juga menyampaikan bahwa ia merasa lebih bersemangat dalam memperbaiki diri, baik dalam hal ibadah maupun dalam menjalin hubungan sosial.

c) Respon Perilaku (Behavioral)

Bentuk perubahan perilaku yang muncul juga cukup nyata. Ira menyatakan bahwa ia lebih berhati-hati dalam berbicara dan mampu mengontrol emosinya setelah mendengarkan Kajian Kopyah.

Sementara Jihan mulai meninggalkan kebiasaan menunda pekerjaan dan menjadi lebih disiplin, terutama dalam menunaikan shalat lima waktu. Ini menunjukkan bahwa program Kajian Kopyah tidak hanya memengaruhi cara berpikir dan merasa, tetapi juga mengarah pada perubahan nyata dalam tindakan sehari-hari

d) Persepsi terhadap Isi dan Gaya Penyampaian Program

Pendengar secara umum memberikan penilaian positif terhadap isi dan cara penyampaian materi dalam Kajian Kopyah. Gaya bahasa yang digunakan dianggap mudah dipahami, tidak menggurui, serta dekat dengan pengalaman pendengar. Materi dakwah yang disampaikan pun dianggap ringan namun mengandung makna mendalam.

Meski begitu, pendengar juga menyampaikan beberapa catatan kritis :

- Keterbatasan Interaksi Langsung

Karena program disiarkan dalam bentuk rekaman, pendengar tidak memiliki kesempatan untuk bertanya secara langsung kepada narasumber. Menurut Ira, jika program dapat disiarkan langsung dan memungkinkan interaksi real-time, maka hubungan antara narasumber dan audiens akan menjadi lebih dinamis dan mendalam.

- Durasi Siaran yang Terbatas
Program berdurasi satu jam dianggap terlalu pendek, apalagi waktu tersebut masih dibagi dengan jeda iklan dan pemutaran lagu. Bobbi menyampaikan bahwa durasi yang terbatas membuat penyampaian materi terasa kurang maksimal. Ia mengusulkan agar durasi ditambah dan

difokuskan pada materi kajian secara utuh.

- Media Penyiaran yang Kurang Menjangkau Generasi Muda
Seberapa informan menilai bahwa media radio tidak lagi menjadi pilihan utama generasi muda. Rahma dan Jihan menyarankan agar Kajian Kopyah diperluas ke platform media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Selain itu, mereka juga menyarankan agar dibuat versi konten visual seperti animasi atau video pendek untuk menarik perhatian audiens muda yang lebih aktif di media digital.

Secara keseluruhan, program Kajian Kopyah telah berhasil menggerakkan pendengar untuk melakukan perenungan dan perubahan diri. Meskipun masih terdapat beberapa tantangan, peluang untuk pengembangan program sangat terbuka, terutama dengan

memanfaatkan potensi media sosial dan pendekatan interaktif.

2. Strategi Radio Elgangga dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar

a) Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi dan Interaksi

Radio Elgangga secara aktif menggunakan media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan WhatsApp untuk memperluas jangkauan pendengar dan meningkatkan interaksi. Media sosial tidak hanya menjadi alat promosi, tetapi juga menjadi kanal dua arah tempat pendengar memberikan masukan, bertanya, dan menyampaikan apresiasi. Strategi ini membentuk kesan bahwa pendengar bukan sekadar objek siaran, tetapi menjadi mitra aktif dalam proses penyiaran.

b) Gaya Penyiaran yang Hangat dan Komunikatif

Pendengar merasakan bahwa penyiar dalam program Kajian Kopyah memiliki gaya yang santai, akrab, dan tidak menggurui. Banyak yang merasa "ditemani" oleh siaran

ini, bahkan tanpa ada interaksi langsung. Gaya penyampaian ini memberikan kesan emosional yang kuat dan menciptakan kedekatan psikologis antara penyiar dan pendengar.

c) Penyesuaian Kondensasi Berdasarkan Preferensi Pendengar

Radio Elgangga melakukan pemetaan terhadap preferensi pendengar melalui survei Nielsen. Diketahui bahwa 50% pendengar menyukai musik dangdut, 30% pop, dan 20% lagu daerah. Data ini digunakan untuk merancang format siaran yang dekat dengan selera mayoritas, termasuk memilih waktu siaran yang strategis, seperti pagi, sore, dan malam hari, saat audiens cenderung aktif mendengarkan.

d) Penguat Sinyal sebagai Faktor penentu Akses

Beberapa informan menyatakan bahwa mereka pertama kali mendengarkan program Kajian Kopyah karena sinyal radio yang jernih dan stabil. Ira dan Bobbi

menyampaikan bahwa kualitas sinyal yang baik memungkinkan mereka tetap mendengarkan siaran dengan nyaman bahkan saat berpindah lokasi atau berada di jalan raya.

e) Materi Dakwah yang Relevan dan Kontekstual

Materi kajian yang diangkat dianggap ringan namun bermakna, serta relevan dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini menjadi alasan mengapa banyak pendengar memilih untuk terus mengikuti siaran Kajian Kopyah. Meski begitu, ada juga pendengar seperti Bobbi yang merasa bahwa tidak semua materi sesuai dengan realitas kesehariannya, terutama ketika topik yang dibahas belum ia alami.

f) Harapan terhadap Digitalisasi dan Interaktivitas

Pendengar menginginkan agar Kajian Kopyah lebih aktif di media sosial dan disajikan dalam format yang lebih menarik, seperti video, animasi, atau siaran langsung. Mereka berharap adanya platform khusus seperti akun

Instagram atau YouTube yang mengarsipkan siaran sehingga mudah diakses ulang. Selain itu, format interaktif seperti Q&A secara live dengan narasumber juga dinilai penting agar program terasa lebih responsif terhadap kebutuhan audiens.

E. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program *Kajian Kopyah* di Radio Elgangga 100,3 FM mendapatkan respon positif dari pendengarnya yang tercermin dalam tiga aspek utama: kognitif, afektif, dan perilaku. Pendengar mampu memahami materi dakwah yang disampaikan, merasakan motivasi spiritual secara emosional, serta menunjukkan perubahan perilaku seperti lebih berhati-hati dalam berbicara dan mampu mengontrol emosi. Namun, beberapa catatan kritis turut muncul, seperti keterbatasan interaksi karena program disiarkan secara rekaman, durasi siaran yang dianggap terlalu singkat, dan jangkauan media yang kurang optimal terhadap generasi muda.

Di sisi lain, strategi komunikasi yang diterapkan Radio Elgangga terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah pendengar. Strategi tersebut mencakup pemilihan waktu siaran yang tepat, penyajian materi secara santai dan menyenangkan, serta integrasi media sosial sebagai sarana promosi dan penampung masukan dari audiens.

Dengan demikian, *Kajian Kopyah* tidak hanya berperan sebagai program dakwah, tetapi juga menjadi ruang spiritual alternatif yang memberikan arah, makna, dan inspirasi dalam kehidupan sehari-hari para pendengarnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Danarjati, D. P., Murtiadi, & Ekawati, A. R. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Psikosain.
- Hernaeny, U. (2021). *Populasi dan Sampel*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Moleong, L. M. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurhadi, Z. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Rakhmat, J. (2004). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Romli, A. (2017). *Manajemen Program dan Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandang, K. (2016). *Strategi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Yasir. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan.

Artikel in Press :

- Anam, Z. (2019). Respon Pendengar Terhadap Program Acara Pengajian Kitab Kuning Al-Hikmah di Radio Komunitas Lentera FM Karanganyar Purbalingga. *Universitas Islam Negeri Purwokerto*.
- Rahardjo, M. (2011). Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif. *Research Repository Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.

Jurnal :

- Alvaro, S. O., Antonio, C. E., & Andrea, M. C. (2024). Analysis of the Notorety of General Press and Radio Media in Spain. *El Profesional de la Informacion*, 33(1), 1-14.
- Andi, R., & Abidin, M. (2021). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (SOR) dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Al-Itizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6, 74-90.

- Ardiningtyas, Y., & Hartono, Y. (2015). Perkembangan Radio Sebagai Pers Elektronik di Madiun Tahun 1998-2013. *Gasty Jurnal sejarah dan pembelajarannya*, 166.
- Ayucendika, D. A., & Dunan, A. (2025). Dinamika Mediamorfosis: Strategi Prambors Radio Dalam Mengaaptasi Tantangan Digitalisasi pada Media Massa Konvensional. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5, p284-301.
- Ayutiani, D., & Putri, B. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Wisata Kuliner. *Profesi Humas*, 39-59.
- Cahyaningtyas, T. N. (2020). Analisis Dampak Pandemi Virus Corona Terhadap Motivasi Terhadap Siswa Kelas II SD Percobaan II Malang. *Prosiding Seminar Nasional PGSD*, 434-440.
- Carolyn, B., & Simone, D. (2025). Interconnecting Empires: Towards a Global Radio History of the Axis Powes (1930-1939). *Media History*, 31, p177-195.
- Christina, T., & Nuraeni, R. (2018). Peran Siaran Radio Sebagai Media Pemenuh Kebutuhan Informasi Bagi Orang Tua Untuk Anak (Studi Pada Program Siaran Breakfast Club di Mom and Kids Radio). *Dialektika*, 1-10.
- Demirag, F. (2025). Examining the Effect of Technology Self-Efficacy and Social Presence on Metaferse Attachment and Contunuation Intention. *Turkish Academic Research Review*, 107-126.
- Gogali, V. A., & Tsabit, M. (2020). Eksistensi Radio dalam Program Podcast di Era Digital Konten (Studi Deskriptif program Podcast 101jakfm.com). *Global Komunika*, 3, 64-72.
- Hadi. (2016). Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 74-79.
- Hapsari, D. T. (2023). Jurnalisme Radio pada Era Digital: Transformasi dan Tantangan. *AZKA International Journal of Zakat and Social Finance*, 1.
- Hicham, R. (2025). Socialization of childhood through the media Radio Is a Model. *Afak of Science Journal*, 10, p128-144.
- Jasmaulani, G. A., & Rahayu, D. (2025). Penyusunan Laporan Keuangan Dengan Mengikuti SAK EMKM di Masa Era Society 5.0 pada UD. Modern Thuss. *Indonesian Journal of Culture and Comunity Development*, 16.
- Kahardja. (2022). Strategi Komunikasi Mempertahankan Reputasi Organisasi dalam Manajemen Krisis dengan Menggunakan Teori Komunikasi.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian 7 Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 33-39.
- Mohammad, I., Mongkau, R. D., & Amala, M. (2024). Implementation of the 3-O Approach As an Innovation in Radio Program Production. *KnE Engineering*, p539-544.
- Nugraha, W., Syarif, M., & Dharmawan, W. (2018). Penerapan Metode SDCL Waterfall

- Dalam Sistem Informasi Inventory Barang Berbasis Desktop. *Jurnal Sistem Informasi Musirawas*, 23-29.
- Sembiring, N., Humaizi, & Lubis, L. A. (2024). Disbudporapar Communication Strategy in Increasing Tourist Visit Nature in Karo District. *Indonesian Journals of Advanced Research*, 611-620.
- Sheilawati, A. C., Meliala, R. M., & Bender, G. W. (2025). Strategi Komunikasi Internal Organisasi PT. Fajar Mekar Indah dalam Memberdayakan Kompetensi Karyawan. *Cendikia: Jurnal Ilmiah Indoensia*, 1729-1739
- Supardi. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *Unisia*, 100-108.
- Tuffahati, T., Purwanti, S., Agustian, J., & Dwivayani, K. (2024). Motif Penggunaan Twitter @Ohmybeautybank Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan. *Journal of Compherensive Science*, 3, 2352-2357.
- Umrati, & Wijaya, H. (2020). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologi Jaffray.
- Wahidmurni. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Yuliani, R., Farida, & Hasan, Y. (2018). Perkembangan Radio Republik Indonesia (RRI) Cabang Palembang Tahun 2000-2015 (Sumbangan Materi Pada Mata Kuliah Sejarah Nasional VII). *Jurnal Pendidikan Sejarah*.
- Yunianti, U., & Puspitasari, E. E. (2019). Motif Pendengar Radio di Era Perkembangan Teknologi Informasi (Studi Kepuasan Penggunaan Media Pada Generasi Gen Z di Bandung). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 83-90.
- Zellatifanny, C., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskriptif dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Diakom*, 83-90