

Strategi Komunikasi Radio Suara Muslim Dalam Siaran Program *Majelis Tafsir Anime Sebagai Convergence Culture Content*

Fais Akbar^{1*}, Imam Maksum²

¹Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

² Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: faisakbar2603@gmail.com[^]

Alamat: Jalan Ahmad Yani No. 117, Surabaya, Jawa Timur, 60237.

^{1,2} Penulis korespondensi

Abstract: *This study aims to analyze the communication strategies of Radio Suara Muslim Surabaya in producing the Majelis Tafsir Anime (MTA) program as a form of media and cultural convergence in the digital era. Using a qualitative descriptive approach, the research explores broadcasting practices, production strategies, and audience interactions through interviews, observations, and documentation of digital media. The findings indicate that Radio Suara Muslim effectively integrates conventional and digital media by utilizing multiplatform channels such as YouTube, TikTok, and Instagram, thereby expanding the reach of Islamic da'wah and strengthening emotional engagement with young audiences. Anime serves as a reflective medium to convey Islamic moral messages contextually through reinterpretation of characters and storylines. The media convergence process, encompassing technology, content, audience participation, culture, collective intelligence, and affect, creates an adaptive and participatory da'wah communication model. In conclusion, the MTA program demonstrates that Islamic da'wah media can transform into a creative cultural dialogue space without compromising spiritual values while fostering audience loyalty through interactive and emotionally engaging approaches.*

Keywords: *Media convergence, Communication strategies, Anime, Islamic da'wah, Digital media*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Radio Suara Muslim Surabaya dalam menyelenggarakan program *Majelis Tafsir Anime* (MTA) sebagai bentuk konvergensi media dan budaya pada era digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini mengeksplorasi praktik penyiaran, strategi produksi, serta interaksi audiens melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi media digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Suara Muslim berhasil mengintegrasikan media konvensional dan digital dengan memanfaatkan multiplatform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram, sehingga memperluas jangkauan dakwah Islam dan memperkuat keterikatan emosional dengan audiens muda. Anime dimanfaatkan sebagai medium reflektif untuk menyampaikan pesan moral Islam secara kontekstual melalui reinterpretasi karakter dan alur cerita. Proses konvergensi media yang mencakup aspek teknologi, konten, partisipasi audiens, budaya, kecerdasan kolektif, dan afeksi menciptakan model komunikasi dakwah yang adaptif dan partisipatif. Kesimpulannya, program MTA menunjukkan bahwa media dakwah Islam dapat bertransformasi menjadi ruang dialog budaya yang kreatif tanpa mengorbankan nilai spiritual, sekaligus membangun loyalitas audiens melalui pendekatan interaktif dan emosional.

Kata Kunci: Konvergensi media, Strategi komunikasi, Anime, Dakwah Islam, Media digital

PENDAHULUAN

Media seiring berkembangnya zaman semakin maju pesat dalam menunjang kemudahan bagi manusia, terutama dalam mengakses informasi. Teknologi yang hadir kini diperbarui dengan sistem yang lebih canggih, memuat lebih banyak fitur dibandingkan media sebelumnya yang relatif terbatas. Media pada saat ini sebagai alat untuk menyampaikan pesan yang bertujuan mempengaruhi khalayak audiens (Abdillah, 2022). Pada era digital, hampir semua media terbantu dengan jaringan internet yang memungkinkan akses lebih cepat, luas,

dan interaktif. Kehadiran teknologi seperti smartphone, televisi digital, hingga platform streaming menjadi fakta mengenai perubahan ekosistem media global.

Perkembangan teknologi komunikasi ini membawa pergeseran tren antara media lama dan media baru. Transformasi besar terjadi dalam dunia penyiaran, di mana media konvensional seperti radio tidak lagi dapat bertumpu hanya pada siaran analog, melainkan harus beradaptasi melalui digitalisasi dan konvergensi media. Berdasarkan temuan survei yang dilakukan oleh GoodStats media dalam naungan News Good from Indonesia yang berfokus menyajikan informasi berkualitas dengan pendekatan data dan angka., tercatat bahwa 52% responden masih mendengarkan siaran radio dalam kurun waktu beberapa bulan terakhir di 2025. Frekuensi mendengarkan yang paling umum adalah dua hingga empat kali dalam seminggu (14,6%) dan sekitar satu kali dalam sebulan (12%). Selain itu, terdapat pula 10,8% responden yang menyatakan mendengarkan radio setiap hari. Data ini menunjukkan bahwa tingkat penetrasi radio di kalangan generasi muda Indonesia masih tergolong tinggi, baik melalui perangkat digital, aplikasi streaming, maupun platform media sosial. Fenomena ini sejalan dengan tingkat penggunaan media sosial di Indonesia yang mencapai sekitar 50,2% dari total populasi nasional. data ini menunjukkan bahwa konvergensi media menjadi strategi penting agar radio tetap relevan, dengan memanfaatkan multiplatform seperti media sosial untuk menjangkau audiens lebih luas.

Pergeseran pola konsumsi ini menuntut media massa untuk menyesuaikan diri dengan perilaku audiens yang lebih menyukai konten visual, interaktif, dan naratif. Radio, sebagai salah satu media tertua, menghadapi tantangan besar untuk tetap relevan di tengah ekosistem komunikasi digital yang dinamis (Kusnanto et al., 2024). Oleh karena itu, transformasi melalui strategi konvergensi media menjadi keharusan agar radio mampu mempertahankan keberadaannya. Dalam konteks ini, Radio Suara Muslim surabaya memanfaatkan integrasi antara siaran konvensional dan media sosial live streaming untuk menarik audiens baru, khususnya kalangan muda yang memiliki preferensi terhadap budaya populer seperti anime. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa transformasi media berdampak pada komunikasi dakwah dimana jika sebelumnya dakwah identik dengan mimbar masjid atau televisi, kini dakwah telah berkembang ke ranah media digital yang lebih kreatif (Ulfa, 2024) serta dizaman modern ini sangat dekat dengan budaya populer yang seiring waktu diterima beberapa kalangan. Salah satu budaya populer yang sangat berpengaruh pada generasi muda Indonesia adalah anime. Anime disini mempunyai simbol, nilai, dan narasi yang dapat diinterpretasikan ulang sesuai dengan konteks lokal yang ada. Dengan basis penggemar yang besar, anime

menjadi pintu masuk potensial bagi komunikasi dakwah yang ingin menjangkau audiens generasi muda.

Radio Suara Muslim Surabaya merupakan salah satu jaringan radio Islam yang berdiri di bawah naungan Yayasan Griya Al-Qur'an, dengan visi menjadi jaringan radio dakwah nomor satu di Indonesia. Berdiri sejak 11 Agustus 2010, radio ini telah berkembang pesat dengan beberapa cabang di Jawa Timur seperti di Lumajang, Tuban, dan Batu. Dalam perkembangannya, Radio Suara Muslim memiliki komitmen kuat untuk menyebarkan dakwah yang edukatif, elegan, dan informatif melalui pendekatan profesional dan adaptif terhadap perkembangan teknologi (Putri & Aji, 2021). Prinsip mereka, "Satu mic sekali berujar, seribu telinga mendengar", mencerminkan peran radio sebagai media komunikasi sosial yang membentuk ruang dialog keislaman bagi masyarakat modern (Kohar, 2019). Program siaran di Radio Suara Muslim terbagi ke dalam beberapa kategori: Assalamualaikum Indonesia (program keagamaan umum), Mozaik (program keluarga dan parenting), Oase (tips kehidupan modern), Resonansi (fiqih dan hukum Islam), Kids Vaganza (program anak-anak), dan Linimasa, yaitu program yang fokus membahas isu, gaya hidup, dan tren anak muda. Program Linimasa menjadi platform penting bagi inovasi media radio karena mampu menjembatani kebutuhan audiens muda dengan nilai-nilai Islam secara lebih ringan dan kontekstual. Dari sinilah, muncul inisiatif kreatif berupa "*MTA (Majelis Tafsir Anime)*", yaitu segmen khusus dalam program Linimasa yang mengangkat tema-tema anime sebagai bahan refleksi nilai moral dan spiritual.

Anime sebagai salah satu bentuk budaya populer global kini menjadi bagian integral dari lanskap komunikasi digital modern. Dalam konteks budaya populer, anime berfungsi sebagai media naratif yang tidak hanya menghibur, tetapi juga menyampaikan nilai-nilai sosial dan filosofi kehidupan (Onemu, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa anime memiliki peran strategis dalam ekonomi budaya dan soft power Jepang karena kemampuannya menyebarkan nilai-nilai budaya secara global melalui jaringan media digital. Selain itu Media menegaskan bahwa anime dan budaya media Asia Timur telah memperkuat konektivitas antarbudaya di kawasan Asia melalui proses globalisasi media (Mohamad Noor, 2022). Dengan demikian, anime telah bertransformasi dari sekadar produk hiburan menjadi media komunikasi transnasional yang membangun pertukaran nilai dan makna lintas budaya.

Anime didefinisikan menurut (García Aranda, 2020), merupakan bagian dari industri media lintas platform yang dikenal sebagai media mix, di mana satu cerita dapat hadir dalam bentuk manga, game, film, dan merchandise serta menciptakan ekosistem naratif terpadu.

Dalam konteks ini, anime tidak hanya berperan sebagai tontonan, tetapi sebagai pusat produksi dan konsumsi budaya populer. Dalam mempengaruhi sektor bisnis dan branding, anime dapat digunakan sebagai brand personality untuk menarik pasar konsumen muda, menandai pergeseran dari media hiburan menjadi alat pemasaran yang kuat (Prasetyo & Akbar, 2025). Dalam negara Indonesia, popularitas anime menunjukkan tingkat penerimaan yang tinggi di kalangan generasi muda. Berdasarkan survei lebih dari 68% anak muda Indonesia berusia 15–30 tahun menonton anime secara rutin melalui televisi dan platform streaming digital. Fenomena ini memperlihatkan bahwa anime telah menjadi simbol identitas budaya global bagi generasi muda. Penyebaran anime di berbagai negara telah membentuk lapisan baru dalam citra media internasional, di mana nilai-nilai moral dan narasi humanistik anime menjadi jembatan antara budaya Timur dan audiens Barat (Collins et al., 2021). Bagi media penyiaran lokal, fenomena ini membuka peluang baru untuk menggunakan anime sebagai pendekatan komunikasi yang relevan dan adaptif terhadap minat audiens muda.

Fenomena ini dimanfaatkan oleh Radio Suara Muslim melalui program Linimasa yang menargetkan audiens muda untuk menjadi pendengar. Program ini hadir dengan sebutan *MTA (Majelis Tafsir Anime)* karena secara unik memadukan budaya populer dengan tafsir Islam menggunakan cuplikan anime populer sebagai bahan refleksi dakwah. Dengan pendekatan ini, *Majelis Tafsir Anime* berusaha menjembatani budaya populer global dengan nilai-nilai keagamaan lokal, sekaligus meningkatkan engagement audiens anak muda yang aktif di media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Oleh karena itu, penelitian ini menarik dikaji karena untuk menganalisis strategi radio suara muslim dalam Program *Majelis Tafsir Anime* yang menggabungkan dua unsur yang secara konvensional dianggap bertentangan antara ajaran Islam yang memaknai budaya populer Jepang menjadi sarana dakwah dengan anime yang cukup trending yang memanfaatkan media streaming.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan utama dari penelitian ini untuk menganalisis secara mendalam strategi komunikasi Radio Suara Muslim Surabaya dalam memanfaatkan konvergensi media dan budaya melalui program *MTA (Majelis Tafsir Anime)* sebagai sarana dakwah yang adaptif pada era digital sekaligus untuk menarik audiens baru. Tujuan penelitian ini didasari oleh kesadaran bahwa transformasi media di era digital menuntut lembaga penyiaran untuk berinovasi dalam strategi komunikasi. Radio sebagai media tradisional menghadapi tantangan relevansi di tengah dominasi konten visual dan interaktif di media sosial. Oleh karena itu,

Radio Suara Muslim berupaya memanfaatkan konvergensi media sebagai strategi adaptif untuk mempertahankan eksistensi dan memperluas segmentasi audiens.

Program *Majelis Tafsir Anime* menjadi fenomena menarik karena menghadirkan hibridisasi antara nilai Islam dan budaya populer, di mana anime digunakan sebagai simbol dan narasi kontekstual untuk menjelaskan pesan-pesan Al-Qur'an. Pendekatan ini mencerminkan praktik komunikasi dakwah yang kreatif, sekaligus menunjukkan bagaimana konvergensi media membentuk ruang baru bagi kolaborasi antara penyiar dan audiens. Secara teoritis, penelitian ini memperluas pemahaman tentang penerapan teori konvergensi media Jenkins dalam konteks komunikasi dakwah Islam, sekaligus memperkuat konsep strategi komunikasi Effendy dalam tataran praktik media digital. Kedua teori ini menjadi dasar untuk menilai sejauh mana strategi komunikasi dakwah mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan budaya media dan perilaku audiens. Adapun tujuan spesifik tujuan penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

1. Menganalisis bentuk dan proses konvergensi media yang terjadi dalam pelaksanaan program *Majelis Tafsir Anime*, khususnya integrasi antara siaran radio konvensional dan platform digital.
2. Mengidentifikasi strategi komunikasi yang diterapkan oleh Radio Suara Muslim dalam mengemas anime atau animasi kartun ke dalam program *Mta (Majelis Tafsir Anime)* sebagai nilai pesan moral berbasis islam yang dapat disampaikan secara menarik, ringan, dan mudah dipahami oleh audiens muda.
3. Menggali peran strategi dengan pendekatan teori konvergensi media Henry Jenkins yang berpacu pada 6 dimensi yang diterapkan dalam kreativitas penerapan program.

Secara keseluruhan, tujuan penelitian ini bukan sekadar untuk menggambarkan strategi komunikasi Radio Suara Muslim, tetapi untuk menafsirkan dinamika budaya, teknologi, dan strategi komunikasi yang bekerja di balik program *Majelis Tafsir Anime*. Penelitian ini berorientasi pada pemahaman mendalam tentang bagaimana konvergensi media menjadi jembatan antara dakwah Islam dan budaya populer, sekaligus membuka ruang bagi partisipasi audiens dalam pembentukan makna budaya dengan religius di era digital.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami makna di balik praktik komunikasi

dakwah yang dikemas melalui budaya populer, dalam hal ini anime atau disebut dengan animasi jepang, yang direpresentasikan ulang dalam program *MTA (Majelis Tafsir Anime)* Radio Suara Muslim. Jenis penelitian deskriptif dipilih karena penelitian ini berfokus pada penggambaran fenomena komunikasi secara sistematis dan faktual tanpa bermaksud menguji hipotesis. Sebagaimana ditegaskan oleh (Creswell, 2014), penelitian deskriptif kualitatif memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menyajikan narasi yang kaya, detail, dan kontekstual mengenai proses komunikasi, sehingga hasilnya dapat memberikan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang dikaji.

Subjek dalam penelitian kualitatif bukan dipahami sebagai sampel dalam arti statistik, melainkan sebagai individu atau kelompok yang memiliki pengalaman langsung dengan fenomena yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, subjek penelitian adalah penyiar program *MTA (Majelis Tafsir Anime)* Radio Suara Muslim, serta audiens muda yang mengikuti anime atau penggemar yang menjadi sasaran dakwah. Data yang dikumpulkan bersifat deskriptif berupa kata-kata, narasi, dokumen, maupun perilaku yang diamati, bukan angka-angka statistik. (Creswell, 2014) menjelaskan bahwa data kualitatif dapat berasal dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi, dokumen, serta materi audiovisual yang berkaitan dengan fokus penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari wawancara mendalam dengan penyiar program *MTA (Majelis Tafsir Anime)* serta audiens muda yang aktif mengikuti konten *Majelis Tafsir Anime* di media sosial, juga melalui observasi partisipatif terhadap proses penyiaran dan interaksi audiens. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi berupa arsip siaran radio, dokumentasi streaming YouTube dan Instagram suara muslim terkait program *Majelis Tafsir Anime*, literatur akademik, serta artikel yang relevan dengan teori konvergensi media dan representasi budaya populer dalam penyiaran.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif yang dikembangkan oleh (Huberman & Miles, 2002) yang menekankan bahwa proses analisis berlangsung secara terus-menerus sejak data mulai dikumpulkan hingga penelitian berakhir. Model ini terdiri dari tiga komponen utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi, yang berlangsung secara siklus dan saling berhubungan.

Dalam penelitian mengenai strategi komunikasi program *MTA (Majelis Tafsir Anime)*, reduksi data dilakukan dengan menyeleksi informasi yang relevan dari hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Data yang berhubungan langsung dengan fokus penelitian, seperti narasi penyiar ketika menafsirkan anime *Kimetsu No Yaiba*, strategi

produksi dalam mengemas konten, serta interaksi audiens di platform media sosial, dipilih untuk kemudian dianalisis lebih lanjut. Proses reduksi ini penting agar data yang kompleks dapat disederhanakan tanpa kehilangan makna substantif, sehingga peneliti dapat lebih fokus pada aspek-aspek yang relevan dengan tujuan penelitian.

Hasil dari proses reduksi kemudian disusun dalam bentuk penyajian data. Pada tahap ini, data yang sudah terpilih diorganisasi dalam bentuk uraian naratif yang menjelaskan pola, hubungan, serta dinamika komunikasi dalam program *Majelis Tafsir Anime*. Penyajian dilakukan sedemikian rupa sehingga memudahkan peneliti dalam memahami struktur strategi komunikasi yang digunakan, mulai dari pengemasan pesan dakwah berbasis anime, cara penyiar membangun narasi anime sebagai pendekatan interaksi, hingga bagaimana tim produksi memanfaatkan konvergensi media untuk memperluas jangkauan audiens.

Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan sepanjang proses analisis, tidak hanya di akhir penelitian. Setiap temuan yang muncul dari interaksi dengan data ditafsirkan, kemudian diverifikasi kembali melalui triangulasi dengan sumber lain agar validitasnya terjaga. Dengan demikian, kesimpulan yang diperoleh tidak bersifat sementara, melainkan hasil dari proses refleksi berulang terhadap data yang telah dikumpulkan. Model Miles & Huberman ini memungkinkan penelitian berjalan secara dinamis, sehingga hasil analisis mampu memberikan gambaran yang komprehensif dan mendalam tentang strategi komunikasi *Majelis Tafsir Anime* dalam mengintegrasikan media tradisional dan digital serta merepresentasikan anime sebagai medium dakwah yang kontekstual (Miles & Huberman, 1994).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konvergensi Media Radio Dan Media Sosial Dalam Siaran *Majelis Tafsir Anime*

Radio Suara Muslim Surabaya telah menerapkan penerapan siaran radio berbasis penggabungan media dengan memadukan platform yang awalnya dari radio analog saja yang bergantung terhadap gelombang frekuensi magnitude (FM) beralih untuk menerapkan siaran interaktif melalui media sosial yang menjadi platform sejuta umat. Siaran yang berlangsung dimedia menggunakan strategi interaksi sekaligus penafsiran sebuah visual dari sebuah kisah serta animasi karya imajinatif dari budaya non dakwah yang dikemas sesuai dengan audiens yang ditempuh lalu disampaikan oleh tenaga ahli atau tokoh yang tepat dengan kajian siaran yang disampaikan. Majelis tafsir anime yang dibuat oleh suara muslim sebagai program hiburan memanfaatkan media sebagai sarana

penyampaian pesan yang lebih kreatif namun tetap selaras dengan visi misi Perusahaan. dengan cara ini menunjukkan kemampuan adaptif dalam menghadapi tantangan era digital yaitu dengan mengembangkan sistem penyiaran multiplatform. Radio Suara Muslim tidak lagi berfokus pada siaran audio satu arah, melainkan telah mengembangkan sistem produksi lintas platform yang menggabungkan video dan interaksi digital. radio dakwah di Indonesia bertransformasi menuju digital migration dengan mengintegrasikan siaran konvensional dan media sosial (Ah & Malayati, 2023). Program *MTA (Majelis Tafsir Anime)* menjadi contoh nyata integrasi media, siaran radio konvensional dipadukan dengan kanal digital seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Langkah ini diambil karena audiens muda kini lebih banyak mengakses konten melalui media sosial dibandingkan radio. Sebagaimana diungkapkan oleh Dani Rohmati, “kita tidak bisa hanya mengandalkan siaran udara, audiens sekarang ada di dunia digital, jadi konten harus ikut ke sana.” Integrasi tersebut menunjukkan kesadaran strategis lembaga dalam mempertahankan eksistensi dengan mengikuti pola konsumsi media baru. Sehingga Suara Muslim tidak hanya mempertahankan fungsi penyiaran, tetapi memperluas makna komunikasi radio ke ruang digital.

Proses produksi di Radio Suara Muslim mengalami perubahan struktural yang signifikan sejak penerapan model konvergensi media. Setiap program, termasuk *Majelis Tafsir Anime*, kini diproduksi dengan memperhatikan dua jenis audiens yakni pendengar radio dan penonton media sosial. Dalam observasi peneliti selama 4 bulan, alat teknis seperti Kamera, switcher, dan editor video menjadi bagian penting dari rutinitas penyiaran. Araf, salah satu penyiar sekaligus pencetus ide *Majelis Tafsir Anime*, menjelaskan bahwa “setiap siaran sekarang direkam, diedit, dan diunggah ulang supaya bisa menjangkau lebih banyak orang di YouTube dan TikTok.” menunjukkan transformasi penyiaran yang tidak lagi berorientasi pada satu kanal, melainkan bersifat lintas media. disebabkan melihat data Lembaga survey beberapa pengguna media sosial didominasi oleh anak muda yang menjadi target market program suara muslim. terutama komunitas pecinta anime atau kartun jepang yang memperoleh informasi soal anime lewat media sosial. Pendekatan tersebut memungkinkan konten yang disediakan untuk kebutuhan media sosial memiliki masa hidup lebih panjang dan peluang interaksi yang lebih luas di berbagai platform digital.

Media sosial memainkan peran sentral dalam strategi komunikasi Radio Suara Muslim. Tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai saluran dialog yang aktif

dengan audiens. Melalui fitur komentar konten, live chat, dan view yang dihasilkan, tim produksi mampu mengukur minat serta preferensi pendengar. Agniansa, salah satu audiens, menyatakan bahwa “saya pertama kali tahu program *Majelis Tafsir Anime* dari video reels Instagram, terus penasaran dan akhirnya denger siarannya di radio.” Sehingga media sosial memberikan efek dalam membangun jembatan antara konten digital dan siaran konvensional. Kehadiran media sosial juga menciptakan ruang partisipasi baru, audiens tidak hanya menerima pesan, tetapi turut memengaruhi arah dan tema siaran berikutnya.

Strategi komunikasi yang dijalankan menuntut penyesuaian gaya berbicara penyiar agar sesuai dengan karakteristik audiens digital yang lebih santai dan ekspresif. Penyiar Arafı menuturkan bahwa “kalau di radio dulu kita bicara agak formal, tapi di *Majelis Tafsir Anime* kita santai aja, seperti ngobrol sama teman supaya pendengar muda nyaman.” Perubahan gaya ini yang diselenggarakan oleh tim produksi suara muslim menjadikan penyiar lebih dekat dengan audiens dan menumbuhkan kedekatan emosional. Bentuk komunikasi yang ringan dan interaktif terbukti mampu menarik perhatian pendengar baru tanpa mengurangi kedalaman pesan moral yang ingin disampaikan. Dengan demikian, penyiaran tidak hanya menjadi proses informatif, tetapi pengalaman komunikasi sosial yang membangun koneksi.

Implementasi konvergensi media mendorong terbentuknya pola kerja kolaboratif di lingkungan internal Suara Muslim. Tim produksi terdiri dari berbagai peran seperti penyiar, ustadz pembimbing, teknisi audio, dan editor media sosial. Dani Rohmati menjelaskan bahwa “kita punya tim kecil yang fokus buat ngedit potongan konten, bikin teaser, dan posting di semua platform.” Struktur kolaboratif yang dijalankan memperlihatkan efisiensi organisasi dalam mengelola distribusi pesan. Proses kerja semacam ini menunjukkan bahwa komunikasi modern membutuhkan integrasi antara kreativitas, teknologi, dan manajemen konten. Hasilnya, setiap episode *Majelis Tafsir Anime* dapat diadaptasi dengan cepat ke berbagai media tanpa kehilangan esensi pesan terhadap audiens.

Keterlibatan audiens menjadi elemen penting dalam keberhasilan program *Majelis Tafsir Anime*. Banyak pendengar ikut memberi saran tema anime yang akan dibahas atau mengajukan pertanyaan melalui media sosial. Dzulkifli, audiens tetap *Majelis Tafsir Anime*, mengungkapkan bahwa “saya komentar anime apa yang bagus dibahas, dan

ternyata minggu depannya dibahas beneran.” Hal ini menunjukkan bentuk komunikasi dua arah yang produktif. Partisipasi semacam ini memperkuat loyalitas audiens sekaligus menjadikan mereka bagian dari proses kreatif lembaga. Bagi Radio Suara Muslim, interaksi seperti ini menjadi sumber ide dan evaluasi yang membantu mempertahankan relevansi konten di tengah selera publik yang cepat berubah.

Strategi konvergensi media yang diterapkan telah membentuk citra baru bagi Radio Suara Muslim Surabaya sebagai media keagamaan yang progresif dan adaptif. Audiens dapat mengenal Suara Muslim bukan hanya sebagai radio dakwah, tetapi juga sebagai media kreatif yang dekat dengan budaya digital. Abdul Kohar, pimpinan lembaga, menegaskan bahwa “radio sekarang bukan hanya suara di udara, tapi juga visual yang bisa menyentuh generasi muda di dunia maya.” Citra ini memperkuat posisi Suara Muslim sebagai pelopor media dakwah modern di Surabaya. Integrasi teknologi dan komunikasi publik menjadikan lembaga ini bukan sekadar penyiar pesan agama, melainkan ruang dialog dan kolaborasi budaya antara nilai spiritual dan perkembangan teknologi.

B. Konvergensi Budaya Islam (Dakwah) Dan Budaya Populer Jepang (Non Dakwah) Dalam Siaran *Majelis Tafsir Anime*

Program *MTA (Majelis Tafsir Anime)* menunjukkan upaya lembaga untuk mengemas dakwah Islam melalui medium budaya populer Jepang. Anime dipilih karena dinilai memiliki kedekatan emosional dengan audiens muda. Ustadz Marzuki merupakan sosok public figure seorang guru agama menjelaskan bahwa “anime punya banyak nilai moral yang bisa dikaitkan dengan ajaran Islam kalau ditafsirkan dengan benar.” Pendekatan visualisasi anime sebagai refleksi pesan moral menjadikan anime bukan hanya hiburan, tetapi sarana pembelajaran nilai. Awalnya program ini berasal dari program linimasa yang diciptakan untuk anak muda yang ditayangkan waktu malam pukul 21.00 atau pukul 9 pm Waktu Indonesia Barat (WIB) pada hari rabu saja waktu produktif anak muda setelah beraktivitas. Linimasa tayang hingga 5 kali dalam seminggu terutama program *Majelis Tafsir Anime* yang menjadi salah satu konten untuk anak muda dengan trend anime. Radio Suara Muslim memanfaatkan simbol, karakter, dan alur cerita anime untuk mengaitkan pesan moral keagamaan yang mudah diterima oleh kalangan muda. Dalam Strategi ini suara muslim berupaya memperlihatkan kemampuan lembaga dalam membaca konteks sosial dan mengadaptasikan pesan secara kreatif tanpa kehilangan arah

nilai. program ini masih bertahan karena terbilang unik dibanding program linimasa yang lain dalam menarik audiens peminat anime.

Setiap anime yang dibahas dalam program *Majelis Tafsir Anime* melalui proses seleksi ketat. Tim kreatif menilai isi cerita, pesan moral, serta nilai-nilai universal yang dapat diadaptasi dalam perspektif Islam. Arafı menjelaskan bahwa “kita tidak asal pilih anime, ada yang kita tolak kalau isinya terlalu vulgar atau mengandung kekerasan.” Dalam Upaya penggabungan budaya dakwah dan non dakwah populer dalam satu media terjadi proses kurasi yang menjadi langkah strategis untuk memastikan kesesuaian antara nilai hiburan dan pesan keislaman. Strategi seleksi ini berfungsi menjaga kredibilitas lembaga agar tetap konsisten dengan prinsip moral, sekaligus memberikan ruang bagi audiens muda untuk tetap menikmati konten populer dalam kerangka nilai yang edukatif.

Pada pelaksanaan program, penyiar melakukan reinterpretasi terhadap adegan dan karakter anime untuk dikaitkan dengan ajaran Islam. Misalnya, karakter Naruto sering dipresentasikan sebagai simbol ketekunan dan pantang menyerah, sedangkan Tanjiro dari *Demon Slayer* dipahami sebagai representasi kasih sayang terhadap keluarga dan tanggung jawab moral. Arafı menyebutkan bahwa “kita bahas sifat tokohnya, bukan animenya, jadi fokusnya di pesan moralnya.” Pendekatan ini mengubah persepsi audiens terhadap anime, dari sekadar tontonan hiburan menjadi media refleksi spiritual. Dengan demikian, harapan dalam penyiaran *Majelis Tafsir Anime* menciptakan ruang baru untuk menyampaikan pesan keagamaan secara kontekstual dan komunikatif dari 2 sisi yakni hiburan dan penekanan makna cerita dan visual.

Pelaksanaan program *Majelis Tafsir Anime* tidak lepas dari kolaborasi antara penyiar, narasumber agama, dan tim kreatif. Setiap pihak memiliki tanggung jawab untuk menjaga keseimbangan antara nilai hiburan dan pesan dakwah. Ustadz Marzuki Imron sebagai tokoh public yang tahu bidang anime sebagai dakwah menuturkan dalam statement nya bahwa “kami selalu diskusi dulu sebelum tayang, supaya penjelasan keagamaannya tidak salah tafsir.” Yang berarti adanya profesionalitas dalam pengelolaan konten. Sehingga kolaborasi memperkuat otentisitas pesan yang menghasilkan dua perspektif strategi yakni dalam akademik keislaman dan estetika budaya populer sebagai berikut:

1. Akademik Keislaman

Bermakna pendekatan ilmiah terhadap pemahaman dan penyampaian nilai-nilai Islam yang didasarkan pada pengetahuan, metodologi, dan tanggung jawab keagamaan

(Evita Sari Dalimunthe & Muhammad Syahbudi, 2023). Kunci dari keberhasilan strategi konvergensi budaya terletak pada integritas awal (*initial integrity*) lembaga dalam mengelola percampuran antara nilai religius dan budaya populer. Integritas ini mengacu pada prinsip tanggung jawab etis, verifikasi isi dakwah, dan kejelasan orientasi pesan. program MTA, dimensi ini diwakili oleh narasumber agama seperti Ustadz Marzuki Imron, yang berfungsi menjaga integritas pesan dakwah agar tetap sesuai dengan prinsip syariah dan tafsir keilmuan Islam. Sinergi semacam ini menjadikan program *Majelis Tafsir Anime* bukan hanya inovasi media, tetapi bentuk dialog budaya yang berlandaskan nilai edukatif.

2. Estetika Budaya Populer

Estetika merujuk pada cara, gaya, dan simbol-simbol visual yang digunakan media modern untuk menarik minat audiens melalui elemen hiburan, visualisasi, dan emosi (Setiaan & Jember, 2023). Dalam MTA, estetika ini diwujudkan melalui pemanfaatan anime Jepang sebagai budaya populer dengan estetika yang digunakan untuk medium penyampaian pesan moral Islam. Anime bukan diposisikan sebagai budaya asing yang ditiru, tetapi sebagai *representational tool* sarana estetis untuk menyalurkan pesan dengan bahasa yang akrab bagi generasi muda. Dalam *cultural remixing*, simbol-simbol budaya global dimodifikasi untuk melayani tujuan lokal (Jenkins, 2020a). Radio Suara Muslim mengolah nilai moral dari narasi anime, seperti perjuangan, amanah, dan kejujuran, lalu menafsirkannya melalui perspektif Islam. Inilah yang menjadikan program MTA berfungsi sebagai jembatan kultural, karena mampu mengemas pesan moral Islam dalam format visual dan bahasa populer yang dapat diterima lintas kalangan.

Respon audiens terhadap program *Majelis Tafsir Anime* menunjukkan penerimaan yang sangat positif. Dzulkifli sebagai audiens mengaku bahwa “anime yang dibahas di *Majelis Tafsir Anime* bikin saya lebih paham arti kesabaran dan perjuangan dalam Islam.” Sedangkan Kak Irma menyatakan bahwa “program ini cara baru belajar agama tanpa bosan, karena bahasannya pakai anime yang saya suka.” Pandangan ini memperlihatkan keberhasilan strategi konvergensi budaya dalam menghubungkan nilai-nilai Islam dengan realitas audiens muda. Pendekatan ini tidak hanya menarik secara emosional, tetapi efektif dalam

Meskipun mendapat apresiasi melalui live streaming secara langsung baik respon dari komentar whatsapp atau media sosial, program *Majelis Tafsir Anime* sempat menuai kritik dari sebagian pihak yang menganggap anime bukan medium yang pantas untuk dakwah. Ustadz Marzuki menanggapi bahwa “kita tidak meniru budayanya, tapi mengambil nilai-nilainya untuk dikaitkan dengan Islam.” Penjelasan ini menunjukkan adanya kesadaran etis dalam penggunaan budaya populer. Strategi lembaga dalam menghadapi kritik tidak bersifat defensif, tetapi edukatif, dengan menekankan makna dan tujuan program. Pendekatan yang dialogis ini membuat lembaga tetap konsisten menjaga integritas nilai tanpa menutup diri terhadap inovasi media.

Konvergensi budaya Islam dan Jepang melalui anime memperluas cakupan komunikasi Radio Suara Muslim dan memperkuat citranya sebagai media yang kreatif serta relevan dengan generasi muda. Dani Rohmati menyebutkan bahwa “program *Majelis Tafsir Anime* ini bikin anak muda yang dulu nggak suka dakwah jadi ikut nonton dan komen.” Hal ini menunjukkan peningkatan keterlibatan publik dan perluasan demografis audiens. Strategi ini tidak hanya membangun hubungan baru antara agama dan budaya, tetapi menciptakan ruang pembelajaran yang menyenangkan dan reflektif. Dengan demikian, *Majelis Tafsir Anime* berhasil menjadi simbol integrasi nilai Islam dan budaya global tanpa kehilangan identitas spiritual dan kredibilitas media dakwah.

C. Majelis Tafsir Anime Dalam Teori Konvergensi Media

Teori Konvergensi Media dikembangkan oleh Henry Jenkins melalui karya monumentalnya *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (Jenkins, 2020a). Jenkins lahir dari tradisi kajian budaya dan media di Amerika Serikat, di mana ia mengamati pergeseran paradigma komunikasi akibat digitalisasi media. Sebelum era internet, media bersifat linear dan terpusat radio, televisi, dan surat kabar memiliki jalur komunikasi tunggal dengan audiens pasif. Namun, munculnya internet dan media sosial mengubah struktur kekuasaan media yang berarti audiens kini memiliki akses, kreativitas, dan kontrol terhadap arus informasi. Jenkins menolak pandangan bahwa media lama akan punah. baginya, media lama justru beradaptasi dan berkolaborasi dengan media baru (Sinnreich, 2007). Proses adaptasi inilah yang disebut sebagai media convergence. beliau memandang bahwa konvergensi adalah proses sosial dan budaya yang terus berlangsung,

bukan hasil akhir teknologi. Sejak publikasi teorinya, konsep ini menjadi fondasi dalam kajian digital culture dan participatory media.

Konvergensi bukan hanya persoalan teknis, melainkan fenomena multidimensi yang mencakup aliran konten lintas platform, partisipasi aktif audiens, dan perubahan ekonomi media. setiap pengguna media berpartisipasi dalam proses interpretasi dan distribusi pesan (Gomes & Barros, 2008). Hal ini menggeser posisi audiens dari penerima pasif menjadi prosumer (producer + consumer). Konvergensi juga melahirkan ekosistem media baru, di mana perusahaan, komunitas, dan pengguna berkolaborasi untuk menciptakan makna bersama. Dalam konvergensi milik Henry Jenkins terdapat beberapa dimensi penting yang saling terkait, antara lain konvergensi media, budaya partisipatif, cerita lintas media (transmedia storytelling), konvergensi budaya, kecerdasan kolektif, dan konvergensi afektif (affective engagement). Keenam dimensi tersebut menjadi fondasi dalam memahami Penerapan Radio Suara Muslim Surabaya dalam mengimplementasikan strategi komunikasi konten konvergen dalam program Majelis Tafsir Anime (MTA) sebagai berikut:

1. *Technological Convergence* (Konvergensi Media)

Konsep *Media Convergence* menurut Jenkins menjelaskan pertemuan antara media lama (seperti radio, televisi, dan surat kabar) dengan media baru (internet, media sosial, dan platform digital) dalam satu ekosistem penyiaran yang saling menguatkan. Jenkins menyebut bahwa “*convergence is both a top-down corporate-driven process and a bottom-up consumer-driven process*,” artinya konvergensi tidak hanya didorong oleh institusi media, tetapi juga oleh partisipasi aktif pengguna. Radio Suara Muslim mempraktikkan konvergensi dengan menyatukan sistem siaran radio konvensional dan media digital seperti YouTube, TikTok, dan Instagram.

Siaran langsung program MTA yang awalnya hanya berupa audio interaktif, kini meriset narasi karakter dan mengkonsep dengan editing visual serta disebar ulang dalam format visual karena anime sendiri merupakan kartun berupa visual yang selain ceritanya yang digemari, visualnya diminati oleh beberapa kalangan yang menyukai hiburan kartun anime. Sehingga hal tersebut menunjukkan perpaduan antara *technological convergence* yang merujuk pada penggabungan teknologi komunikasi dan media yang memungkinkan satu pesan menjangkau banyak platform.

2. *Content Convergence*

Program Majelis Tafsir Anime (MTA), dalam *technological convergence* dihasilkan dari praktik rekaman siaran radio secara simultan menggunakan peralatan digital audio-visual. Siaran yang semula hanya berbentuk audio kini juga direkam menggunakan kamera digital, disunting secara profesional, lalu diunggah ke YouTube, TikTok, dan Instagram. Sedangkan *Content Convergence* berbentuk dalam pengaliran pesan ulang dari siaran program untuk kebutuhan menarik audiens dengan Hasil siaran diunggah ke YouTube, TikTok, dan Instagram atau Pemotongan konten menjadi format singkat (highlight moral). *content convergence* merujuk pada penggabungan atau aliran ulang konten yang sama dalam berbagai format dan platform, baik dengan atau tanpa modifikasi naratif. teknologi digunakan untuk memperluas distribusi dan efektivitas pesan. Program MTA menampilkan adegan anime dengan narasi tafsir Al-Qur'an yang disesuaikan. Sehingga dalam Pesan dengan basis agama tidak lagi dikomunikasikan secara verbal dan formal, tetapi direpresentasikan dalam simbol budaya populer (anime).

3. *Participatory Culture* (Budaya Partisipatif)

Jenkins mendefinisikan budaya partisipatif sebagai “*a culture with relatively low barriers to artistic expression and civic engagement, strong support for creating and sharing one's creations, and some type of informal mentorship whereby what is known by the most experienced is passed along to novices.*” Dengan kata lain, audiens tidak lagi dipandang sebagai penerima pesan pasif, tetapi sebagai aktor sosial yang ikut berpartisipasi dalam menciptakan, menafsirkan, dan mendistribusikan konten media. budaya partisipatif ini muncul ketika pendengar program Majelis Tafsir Anime (MTA) ikut menentukan arah isi siaran melalui saran anime, komentar, dan diskusi daring. Fenomena ini menunjukkan bahwa partisipasi audiens telah menjadi bagian integral dari strategi komunikasi lembaga. konvergensi mengubah paradigma komunikasi dari model linear menjadi model interaktif berbasis partisipasi, yang sangat relevan bagi lembaga dakwah yang kini beroperasi di ruang media digital.

Konvergensi ditandai oleh munculnya *participatory culture*, posisi audiens tidak lagi menjadi konsumen pasif, tetapi produsen makna yang aktif (prosumers). Media menjadi ruang kolaborasi antara lembaga dan komunitas pengguna. Konsep *participatory culture* merupakan pilar utama dalam teori Jenkins yang menjelaskan pergeseran hubungan antara produsen dan konsumen media. Dalam budaya partisipatif, audiens tidak lagi dianggap pasif, tetapi aktif menciptakan,

mendistribusikan, dan menafsirkan pesan. Jenkins menekankan bahwa kekuasaan media kini tersebar secara horizontal serta siapa pun dapat menjadi produsen makna. Budaya partisipatif yang berkembang dalam program MTA telah mengubah hubungan antara lembaga dan audiens dari pola komunikasi top-down menjadi relasi kolaboratif (*co-creative relationship*). Jika sebelumnya lembaga dakwah berperan sebagai sumber otoritatif, kini audiens menjadi rekan aktif dalam proses produksi makna. Hal ini terlihat dari kutipan Dzulkifli yang menyatakan, “*saya kasih komentar anime apa yang bagus dibahas, dan ternyata minggu depannya dibahas sesuai rekomendasi saya.*” Kutipan ini mencerminkan pergeseran kekuasaan komunikasi sebagaimana dikemukakan oleh Jenkins (2006): “*Convergence represents a shift in the ways we think about our relations with media content.*” Radio Suara Muslim telah membuka ruang dialog dua arah di mana audiens dapat memengaruhi keputusan editorial. Fenomena ini sangat relevan dengan cara audiens program Majelis Tafsir Anime ikut menentukan arah isi siaran melalui saran, komentar, dan berbagi ulang konten. Jenkins menyebut proses ini sebagai *collective meaning-making*, yaitu penciptaan makna kolektif melalui interaksi sosial digital budaya partisipatif menjadi indikator kesuksesan program MTA, karena memperlihatkan proses lembaga berhasil membangun keterlibatan emosional dan intelektual audiens. Sehingga Audiens yang berinteraksi melalui kolom komentar, pesan langsung, maupun grup WhatsApp dan media sosial memperlihatkan semangat kebersamaan dalam belajar dan memahami nilai Islam melalui budaya populer.

4. *Cultural Convergence* (Konvergensi Budaya)

Cultural Convergence didefinisikan sebagai proses ketika nilai, praktik, dan simbol budaya dari berbagai konteks sosial saling bertemu, beradaptasi, dan membentuk makna baru dalam lingkungan media digital. konvergensi budaya merupakan upaya aktif masyarakat untuk menegosiasikan identitas melalui pertemuan antara budaya global dan lokal di ruang digital (Yusnaini et al., 2025). Proses ini bukanlah asimilasi atau pembauran budaya, melainkan hibridisasi budaya, di mana unsur asing dipadukan tanpa menghapus nilai budaya asli. Radio Suara Muslim Surabaya melakukan konvergensi budaya secara tidak langsung dengan menggabungkan nilai-nilai Islam dan elemen budaya populer Jepang (anime) dalam program Majelis Tafsir Anime (MTA).

Cultural Convergence melahirkan bentuk baru identitas keagamaan yang disebut *Muslim cosmopolitanism* (Aljunied, 2016). Program MTA berperan sebagai ruang representasi bagi generasi muda Muslim yang hidup di tengah budaya global, memungkinkan mereka untuk tetap religius tanpa harus menolak budaya populer. Audiens seperti Agniansa menyebut, “Saya jadi bisa melihat nilai Islam di hal yang saya suka, kayak anime.” Ini menunjukkan audiens dalam konvergensi budaya membentuk identitas keislaman yang adaptif dan terbuka terhadap keberagaman simbolik. anime sebagai medium dakwah dan mengonstruksi narasi moral universal seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kesabaran melalui tafsir Al-Qur’an menjadi bentuk yang dimaksud dengan *Muslim Cosmopolitanism*. Hal ini merupakan bentuk baru dari komunikasi Islam di era digital adalah ketika media mampu menghubungkan nilai-nilai keislaman dengan budaya populer global tanpa kehilangan substansi religious (Mohamad, 2024). Radio Suara Muslim melalui strategi ini memperlihatkan bahwa dakwah digital bukan sekadar transfer pesan, tetapi juga proses cultural translation yang mengakomodasi realitas audiens modern.

5. *Collective Intelligence* (Kecerdasan Kolektif)

Collective Intelligence didefinisikan sebagai kemampuan komunitas pengguna untuk berkolaborasi dalam membangun pengetahuan bersama melalui interaksi digital dan partisipatif. konsep ini menggambarkan fenomena ini diartikan dalam buku *The Handbook of Collective Intelligence* bahwa “no one knows everything, but everyone knows something,” dan melalui jejaring digital, pengetahuan individu dapat disatukan menjadi pemahaman kolektif yang lebih besar (Erciş & Başar, 2020). collective intelligence menjadi landasan participatory culture, yaitu ekosistem tempat audiens berkontribusi terhadap produksi makna (Jenkins & Ito, 2015). Kajian terkini menunjukkan bahwa *collective intelligence* merupakan hasil langsung dari proses media convergence yang memungkinkan kolaborasi lintas platform dan lintas komunitas. media sosial seperti YouTube dan Instagram tidak hanya menjadi kanal distribusi, tetapi juga arena diskusi interpretatif di mana audiens saling menafsirkan nilai moral anime berdasarkan ajaran Islam. Sehingga hal ini menegaskan bahwa teknologi digital memperluas kapasitas sosial manusia dalam mengumpulkan, memverifikasi, dan menyebarkan informasi.

Berdasarkan data lapangan, program *Majelis Tafsir Anime* memfasilitasi *collective intelligence* melalui interaksi dua arah antara penyiar dan audiens. Dzulkifli,

salah satu audiens aktif, menyampaikan “*Diskusi di komentar lebih dalam dari siarannya sendiri*” Pernyataan ini mengindikasikan bahwa audiens bukan sekadar konsumen, tetapi juga aktor epistemik yang memperkaya makna pesan. Program media suara muslim di majelis tafsir anime menafsirkan nilai-nilai Islam dari anime seperti *Naruto* atau *Attack on Titan* dan menghubungkannya dengan konteks moral masyarakat Muslim muda. ketika individu merasa bahwa kontribusi mereka memiliki makna sosial, tingkat partisipasi dan kualitas diskusi meningkat secara signifikan (Lata, 2024). kecerdasan kolektif audiens tercermin dalam kemampuan mereka mengaitkan nilai-nilai Qur’ani dengan narasi anime. Sehingga kecerdasan kolektif tersendiri menjadi perekat antara teknologi, budaya, dan partisipasi dalam sebuah praktik media dan sekaligus menjadi mekanisme pembentukan identitas bersama (Jenkins, 2020b), yang bermaksud dalam pemahaman bersama bahwa menonton anime tidak selalu bertentangan dengan nilai Islam, selama disertai proses tafsir kritis. dengan memanfaatkan kekuatan komunitas digital untuk mentransformasikan narasi populer menjadi wacana spiritual yang kontekstual. bukan hanya tentang berbagi data, tetapi juga berbagi makna, nilai, dan pengalaman.

6. Affective Convergence (Konvergensi Afektif)

Affective Convergence pertama kali muncul dalam pengembangan teori *Convergence Culture* oleh (Jenkins, 2019), dari bentuk evolusi dari participatory culture yang menekankan hubungan afektif dalam jejaring digital. Konsep ini menjelaskan bahwa konvergensi tidak hanya melibatkan aliran konten, tetapi juga aliran emosi dan keterikatan psikologis antara audiens dan media. hubungan emosional merupakan modal sosial yang memungkinkan audiens bukan sekadar mengonsumsi konten, melainkan merasa menjadi bagian dari komunitas media tersebut. ikatan emosional kini menjadi dasar engagement digital bukan hanya *content-driven* (komunikasi yang berfokus pada informasi, struktur pesan, dan narasi rasional yang dikirimkan melalui media), tetapi juga *emotion-driven communication* (yang berarti menempatkan emosi, perasaan, dan pengalaman afektif sebagai pusat dari proses komunikasi).

Dalam konteks Majelis Tafsir Anime, fenomena siaran anime dalam program interaktif islam terlihat pada kecenderungan audiens yang menonton ulang siaran karena keterikatan emosional terhadap penyiar dan gaya penyampaian dakwah yang santai. keterikatan ini diwujudkan melalui gaya komunikasi penyiar yang hangat,

visualisasi anime yang familiar, serta penekanan pada nilai moral universal yang bersifat humanistik. Ustadz Marzuki menuturkan bahwa “*kami ingin membangun kedekatan, bukan hanya menyampaikan ceramah.*” Hal ini menunjukkan bahwa strategi afektif berperan dalam memperkuat kepercayaan dan keterikatan merek lembaga dakwah di tengah kompetisi media digital. Karena konten dengan gaya yang mereka gemari atau mereka konsumsi akan menyebar luas bila memicu keterlibatan emosional. *Majelis Tafsir Anime* memanfaatkan dimensi dengan menghadirkan narasi anime yang menyentuh aspek emosional audiens muda, seperti perjuangan, kesabaran, dan pengorbanan kemudian menautkannya pada nilai-nilai Qur’ani. Strategi ini memperlihatkan kemampuan redaksi untuk menggabungkan emotional framing dengan pesan spiritual.

Dimensi tersebut menunjukkan strategi komunikasi Radio Suara Muslim Surabaya dalam program Majelis Tafsir Anime (MTA) menjadi bagian dari salah satu contoh konkrit dari penerapan teori konvergensi media Jenkins dalam konteks praktik media modern di era saat ini. Keenam dimensi teori *technological, content, participatory, cultural, collective, dan affective convergence* tidak bekerja secara terpisah, melainkan membentuk satu sistem strategi komunikasi yang adaptif, partisipatif, dan berorientasi emosional. Secara komunikatif, Radio Suara Muslim tidak hanya bertindak sebagai penyampai pesan (*message transmitter*), tetapi juga sebagai mediator interaktif yang mengelola aliran informasi, partisipasi, dan emosi publik dalam satu ekosistem media terpadu. Konvergensi ini menunjukkan pergeseran fungsi media dari sekadar saluran penyiaran menuju ruang interaksi sosial digital di mana audiens memiliki peran aktif dalam membentuk makna, nilai, dan dinamika pesan.

Sehingga strategi untuk menerapkan siaran berbasis penyediaan visual memberikan suatu ketertarikan terhadap audiens dalam menikmati program gaya baru. Anime yang menjadi bentuk karya, kini menjadi pendekatan terhadap audiens terutama anime yang menjadi trend dikalangan anak muda yang menikmatinya. Tidak lupa dengan misi Perusahaan, suara muslim menjadi metode kreativitas sebuah penyiaran Islami menjadi pendekatan yang menggambarkan loyalitas serta media yang adaptasi dalam perkembangan trend di zaman modern saat ini. Animasi non dakwah menjadi metode siaran masterpiece yang bisa diterapkan untuk metode penyampaian informasi dengan inovasi yang baru yang menarik reaksi audiens terhadap

perepresentasian sebuah karya budaya pop (anime) menjadi refleksi pesan bermakna yang menyentuh audiens.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Penerapan strategi Program majelis tafsir anime dari radio suara muslim yang menyediakan program dengan platform media sosial lewat streaming secara real time dengan pendekatan budaya populer menjadi proses konvergensi teknologi yang memungkinkan lembaga menyatukan penyiaran radio konvensional dengan platform digital, menjadikan komunikasi lebih cepat, terbuka, dan fleksibel terhadap perubahan perilaku audiens. Adaptasi konten melalui pengemasan ulang pesan ke dalam format visual menunjukkan bahwa media tidak hanya berfungsi menyebarkan informasi, tetapi juga membentuk pengalaman komunikasi yang menarik dan mudah diterima. Strategi ini mengubah peran lembaga dari pengirim pesan menjadi pengelola interaksi yang aktif, di mana keberhasilan penyiaran tidak lagi diukur dari banyaknya informasi, tetapi dari seberapa jauh pesan itu dihidupi oleh audiens.

Proses ini menggambarkan komunikasi yang berorientasi pada makna dan emosi, bukan sekadar transmisi pesan satu arah. Teknologi digunakan sebagai sarana memperluas ruang dialog, sedangkan narasi visual menjadi jembatan antara pesan rasional dan pengalaman afektif. Integrasi konten dan media digital menghasilkan sistem komunikasi transmedial yang mampu memperkuat relevansi program di tengah persaingan media hiburan. Dengan demikian, dua dimensi awal dengan teknologi dan konten yang mewujudkan keberhasilan lembaga dalam membangun model komunikasi yang efisien, inovatif, dan adaptif terhadap konteks audiens muda. Hal ini memperlihatkan bahwa kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi menjadi prasyarat utama keberhasilan komunikasi modern. Dalam konteks ini, suara muslim dalam programnya membuktikan bahwa konvergensi media bukan sekadar perpaduan saluran teknis, tetapi juga perubahan paradigma dalam cara lembaga membangun relasi dengan publiknya.

Sementara itu, empat dimensi lain seperti partisipasi, budaya, kecerdasan kolektif, dan afeksi menjadi inti dari efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan. Audiens tidak lagi hanya menjadi penerima pesan, melainkan terlibat secara aktif dalam menentukan tema, arah diskusi, dan penyebaran makna bersama. Interaksi ini membentuk sistem komunikasi dua arah yang partisipatif, di mana hubungan antara penyiar dan pendengar

bersifat kolaboratif dan dinamis. Melalui keterlibatan tersebut, terbentuk komunitas komunikasi yang saling berbagi pengalaman dan pengetahuan, memperkaya proses interpretasi pesan secara sosial. Pada saat yang sama, pendekatan budaya melalui anime memungkinkan terjadinya adaptasi simbol lintas budaya yang memudahkan audiens memahami pesan moral dalam konteks yang lebih dekat dengan keseharian mereka. Dari sinilah muncul dimensi afektif, yaitu keterikatan emosional yang membuat audiens merasa memiliki hubungan personal dengan program dan penyiar. Emosi berperan penting sebagai pengikat antara pesan dan penerima, menjadikan komunikasi tidak hanya logis, tetapi juga manusiawi dan reflektif. Proses konvergensi ini menumbuhkan loyalitas audiens, memperkuat kepercayaan, dan menciptakan hubungan yang berkelanjutan antara media dan masyarakat. Dengan demikian, keenam dimensi teori konvergensi bekerja secara integratif membentuk model komunikasi baru yang menyeimbangkan fungsi informasi, interaksi, dan keterikatan emosional. Keseluruhan strategi ini membuktikan bahwa keberhasilan komunikasi di era digital bergantung pada kemampuan lembaga mengelola teknologi, konten, dan hubungan manusia secara bersamaan dalam satu ekosistem komunikasi yang adaptif dan partisipatif. Sehingga membuat program ini dapat bertahan dengan para pendengar yang menyukai karya anime sebagai budaya populer dan menjadi suatu kreativitas yang unik serta bermakna apabila dikaitkan dengan nilai moral untuk memperdalam pembelajaran bagi audiens.

B. Rekomendasi

1. Penelitian mendatang dapat memperluas fokus dengan membandingkan strategi konvergensi media pada beberapa radio dakwah lain di Indonesia untuk melihat pola adaptasi yang berbeda terhadap budaya populer.
2. Perlu dilakukan kajian kuantitatif mengenai dampak program Majelis Tafsir Anime terhadap perubahan persepsi dan minat religius audiens muda guna mengukur efektivitas strategi komunikasi secara empiris.
3. Penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi peran algoritma media sosial dan analisis data interaksi digital dalam menentukan tingkat keterlibatan serta loyalitas audiens terhadap konten dakwah berbasis budaya populer.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. www.bening-mediapublishing.com
- Ah, R. & Malayati, M. (2023). Migrasi radio dakwah dari analog ke digital internet: Studi kasus radio Suara Tebuireng, Jombang. *SJIC: Studies in Journalism and Interdisciplinary Communication*, 6(1).
- Aljunied, K. (2016). Muslim Cosmopolitanism. *Muslim Cosmopolitanism*, April. <https://doi.org/10.1515/9781474408899>
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C. & Butler, J. (2021). *SIGNS IN INTERNATIONAL MEDIA: ANIME AND THE IMAGE OF THE JOURNALIST IN POPULAR CULTURE*. 167–186.
- Creswell, J. W. (2014). Design Research Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. *Annaba*.
- Erciş, M. S. & Başar, E. E. (2020). *New communication approaches in the digitalized world*. Cambridge Scholars Publishing.
- Evita Sari Dalimunthe, K. & Muhammad Syahbudi. (2023). Jurnal mudabbir. *Jurnal Research and Education Studies*, 3(1), 11–20.
- García Aranda, O. (2020). Representations of Europe in Japanese anime: An overview of case studies and theoretical frameworks. *Mutual Images Journal*, 8, 47–84. <https://doi.org/10.32926/2020.8.ara.europ>
- Gomes, S. L. R. & Barros, A. R. (2008). Convergence Culture: where old and new media collide; de Henry Jenkins. *Reciis*, 2(1), 116–119. <https://doi.org/10.3395/reciis.v2i1.165pt>
- Huberman, M. & Miles, M. B. (2002). *The qualitative researcher's companion*. sage.
- Jenkins, H. (2019). *Participatory culture: interviews*. John Wiley & Sons.
- Jenkins, H. (2020a). Convergence Culture. *Convergence Culture*. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814743683.001.0001>
- Jenkins, H. (2020b). Convergence Culture. *Convergence Culture*, 10–19. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814743683.001.0001>
- Jenkins, H. & Ito, M. (2015). *Participatory culture in a networked era: A conversation on youth, learning, commerce, and politics*. John Wiley & Sons.
- Kohar, A. (2019). Daya Tarik Radio Dakwah Bagi Generasi Millenial. *Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*.
- Kusnanto, S. P., Gudiatto, C., Kom, M., Usman, S. E., Blasius Manggu, S. E. & Sumarni, M. L. (2024). *Transformasi Era Digitalisasi Masyarakat Kontemporer*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Lata, K. (2024). Converging Minds: The Future of Collective Intelligence. *This Edited Book, Collective Intelligence: A Resource for Teachers, Parents & Policymakers, Represents the Culmination of a Collaborative Effort from a Wide Array of Dedicated Professionals, Researchers, Educators, and Supportive Individuals Whose Contributions Have Been Invaluable throughout the Process. The Editors Wish to Express Their Deep Appreciation to All Those Who Have Helped*, 22.
- Mohamad Noor, N. (2022). Rise Of East Asian Media Connection: Japanese And Korean Cultural Globalisation Through Media. *Al-i'lam - Journal of Contemporary Islamic Communication and Media*, 2(1). <https://doi.org/10.33102/jcicom.vol2no1.39>
- Mohamad, S. M. (2024). *Mediated Muslim Cosmopolitanism: New Media and Popular Culture Engagements in Brunei and Malaysia*. Taylor & Francis.
- Onemu, U. (2020). *The Economies of Anime: Anime as a soft power, a cultural product and a (trans) national medium*. Brunel University London.
- Prasetyo, W. G. & Akbar, R. R. (2025). Fictional Character as a Brand Personality for

- Promotion in the Indonesian Market: A Systematic Literature Review. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 19(1), 14–30. <https://doi.org/10.9744.pemasaran.19.1.14-30>
- Putri, N. C. & Aji, G. A. (2021). Putri, N. C. (2021). Strategi Bisnis Radio Bersegmentasi Agama (Studi Kasus Pada Radio Suara Muslim). *The Commmercium*, 4(2), 240–250. <https://doi.org/10.26740/tc.v4i2.42095>. *Commmercium*, 4(2), 240–250.
- Setiaan, I. & Jember, U. (2023). *ESTETIKA, MAKNA, DAN MEDIA ESTETIKA, MAKNA, DAN MEDIA ANTLOGISENIBUDAYADK-JATIM 2021* (Issue April).
- Sinnreich, A. (2007). Book Review -- Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, 2006. *International Journal of Communications*, 1, 44–47.
- Ulfa, M. (2024). Transformasi Komunikasi Dakwah dan Pengaruhnya terhadap Praktik Keagamaan Masyarakat Muslim di Indonesia. *NAHNU: Journal of Nahdlatul Ulama and Contemporary Islamic Studies*, 2(2), 385–399. <https://doi.org/10.63875/nahnu.v2i2.58>
- Yusnaini, Y., Nufus, H., Saleh, R. & Wibowo, W. A. S. (2025). The Digital Era and the Evolution of Media Paradigms: A Critical Review of the Adaptation of Old Media in New Media Ecosystems. *Society*, 13(1), 573–599. <https://doi.org/10.33019/society.v13i1.853>