

Media Sosial Sebagai Pendukung Interaktivitas di Radio RRI Sumenep

Agus Saifuddin Amin¹, Matsna Audiyah Septiani²

^{1,2}Universitas Al-Amien Prenduan

E-mail: 4gus100885@gmail.com¹, matsnaudyhs9@gmail.com²

Article Info

Article history:

Received May 31, 2026

Revised June 01, 2026

Accepted June 04, 2026

Keywords:

Social Media, Interactivity, RRI Sumenep

ABSTRACT

The rise of social media in the digital age has had a significant impact on various sectors, including the world of radio broadcasting. Social media platforms such as Instagram and YouTube have now become essential tools for enhancing the interactivity of radio broadcasts, including at Radio Republik Indonesia (RRI) Sumenep. This study aims to analyze how social media supports the interactivity of broadcast programs at RRI Sumenep. The research methods include interviews with relevant parties at RRI Sumenep, observations of audience interactions, and analysis of social media content. The results show that Instagram is the most effective platform for reaching the younger generation due to its interactive features, while YouTube is preferred for longer-form content. Social media makes it easier for listeners to stay updated on content from RRI Sumenep. With social media, both listeners and broadcasters find it easier to communicate with one another.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received May 31, 2026

Revised June 01, 2026

Accepted June 04, 2026

Kata Kunci:

Sosial, Interaktivitas, RRI Sumenep

ABSTRAK

Perkembangan media sosial di era digital telah memberikan dampak besar pada berbagai sektor, termasuk dunia penyiaran radio. Media sosial seperti Instagram dan YouTube kini menjadi alat penting dalam meningkatkan interaktivitas siaran radio, termasuk di Radio Republik Indonesia (RRI) Sumenep. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media sosial mendukung interaktivitas program siaran di RRI Sumenep. Metode penelitian mencakup wawancara dengan pihak terkait di RRI Sumenep, observasi terhadap interaksi audiens, dan analisis konten media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram menjadi platform yang paling efektif untuk menjangkau generasi muda karena fitur interaktifnya, sementara YouTube lebih disukai untuk konten berdurasi panjang. Sosial media memudahkan pendengar untuk selalu mengikuti perkembangan konten-konten dari stasiun Radio RRI Sumenep. Dengan adanya sosial media, baik itu pendengar maupun penyiar, saling memudahkan mereka untuk melakukan komunikasi.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.





Corresponding Author:

Agus Saifuddin Amin
Universitas Al-Amien Prenduan
Email: 4gus100885@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial pada era digitalisasi saat ini sangat berpengaruh dalam dunia siaran radio di mana saat ini media sosial memainkan peran krusial di dalam dunia penyiaran seperti pada platform instagram dan youtube kedua media sosial ini sudah banyak digunakan oleh masyarakat pada era saat ini. Dengan perkembangan, media sosial dapat digunakan untuk berbagai tujuan, seperti membangun hubungan dan mendukung program tertentu, seperti pendidikan, sosial, keagamaan, kesehatan, dan lingkungan hidup, serta mempromosikan produk dan jasa tertentu. Setiap orang dapat menggunakan media sosial untuk membuat dan memposting berita, promosi, artikel, foto, dan video. Bukan hanya lebih fleksibel dan bervariasi, tetapi juga lebih cepat, bervariasi, dan interaktif (Suryani, 2020).

Di dalam sebuah berita pendek yang di sebut "STUDIO RRI UNTUK SUMENEP" yang diterbitkan dalam rubrik harian Surabaya Post pada Juli 1954 menunjukkan "awal perjuangan" berdirinya stasiun RRI di Sumenep. Berita tersebut terdiri dari 33 baris dan 2 kolom menyebutkan pembentukan "Resolusi" DPRDS Kabupaten Sumenep pada tanggal 1 Juli 1954. Resolusi yang menuntut Kementerian Penerangan dan Radio Pusat RRI, serta Studio Penyiaran RRI di Sumenep. Pada tahun 1950 an para tokoh masyarakat Madura merasa ada yang salah dengan kecepatan perjuangan. Alat ini dapat membaantu menyebarkan aspirasi masyarakat Madura dan menampilkan identitas seni dan budaya Madura secara utuh kepada saudara- saudaranya di seluruh Nusantara.

Pada tahun 1950-an, Madura tidak memiliki banyak alat komunikasi massa. Pada dekade itu, beberapa surat kabar masuk ke Madura, termasuk Surabaya Post, Terompet Masyarakat, Harian Umum, Suara Rakyat, dan Buletin "Moncar", yang merupakan surat kabar dari kantor Departemen Penerangan. Jika dibandingkan dengan frekuensi penyaluran media cetak saat ini, jumlah publikasi yang dapat diakses oleh masyarakat Madura jelas tidak sebanding dengan jumlah publikasi yang dapat diakses saat ini, terutama mengingat keterbatasan dan kemampuan masyarakat pada saat itu (Sumenep, 2020).

Radio adalah salah satu cara untuk mendapatkan informasi. Bahkan proklamasi kemerdekaan Indonesia disampaikan melalui radio. Radio adalah salah satu jenis media yang telah memainkan peran penting sebagai sumber informasi dari masa ke masa.

Radio masih tersedia dalam bentuk podcast hingga saat ini. Format podcast atau radio berbeda. Salah satu cara untuk menyampaikan informasi adalah melalui berita radio. Secara umum, format berita radio atau podcast di Indonesia mencakup berita, wawancara, cerita bernarasi, user-generated content (UGC), fiksi radio (drama radio), dan berita harian. Format radio lainnya termasuk format berita, keagamaan, hit kontemporer, klasik, oldies, nostalgia, dan mudah didengar (Rahmawati, 2020).

Media sosial sebagai *platform* yang menyediakan berita secara aktual dan cepat media sosial memungkinkan informasi tersebar luas dalam waktu singkat dan menjadi sumber utama

bagi banyak orang untuk memperoleh berita terkini, dengan adanya *fitur* verifikasi sumber berita media sosial juga mampu menyajikan informasi yang lebih terpercaya jika di gunakan dengan bijak.

Begitu juga yang terjadi pada media radio, internet mulai digunakan sebagai alat pendukung untuk mendekatkan audiens dengan stasiun radio yang bersangkutan. Dengan interaktivitas yang coba ditawarkan didalamnya. Audiens dimanjakan untuk berkomunikasi secara langsung melalui media jejaring sosial media. Tentu saja hal tersebut merupakan strategi yang diangkat stadio radio untuk menciptakan model interaktivitas yang terbaru, yang biasanya hanya dilakukan melalui media telephone dari audiens kepada stasiun radio, namun kini bisa dilakukan dengan bebas oleh seluruh audiens yang ingin berinteraksi dengan stadio radio secara langsung hanya memposting pada halaman jejaring sosial yang dipakai oleh radio tersebut.

Kehadiran media-media pendukung tersebut diharapkan mampu menjadi media yang mampu menarik perhatian audiens. Apalagi dengan adanya kenyataan bahwa semakin berkurangnya antusias masyarakat dalam mendengarkan siaran radio.

Sebagai contoh. Radio Republik Indonesia (RRI) Sumenep memanfaatkan *platform* instagram dan youtube untuk meningkatkan interaktivitas dalam siaran radio mereka. Dengan adanya *fitur live streaming*, komentar, dan berbagi konten, radio dapat berinteraksi langsung dengan pendengar setia serta menarik pendengar baru. *Platform-platform* ini tidak hanya memungkinkan penyiar untuk mendapatkan umpan balik secara langsung dari *audiens*, tetapi juga untuk memperluas jangkauan dan dampak dari program-program yang disiarkan.

Maka dari itu, peneliti berusaha mengungkapkan gambaran tentang bagaimana interaktivitas yang terbentuk pada media sosial instagram dan Youtube sebagai media pendukung interaktivitas radio RRI Sumenep. Dengan begitu kita akan mendapatkan gambaran mengenai interaktivitas di radio RRI Sumenep yang terjadi melalui media sosial.

LANDASAN TEORI

Media Sosial

Menurut Irwansyah, (2020) Media sosial adalah istilah yang menggabungkan dua kata yang sudah dikenal, yaitu "media" dan "sosial." Istilah "sosial" merujuk pada konsep manusia sebagai makhluk sosial yang bergantung pada kemampuan untuk berinteraksi dan mempengaruhi orang lain untuk bertahan hidup. Sementara itu, "media" secara tradisional mencakup berbagai bentuk seperti koran, majalah, dan televisi. Meskipun kata "media" sering kali diasosiasikan dengan berita dan organisasi, ia juga menyiratkan cara penyampaian berita, yaitu melalui media cetak, audio, video, dan foto. Masing-masing jenis media ini memiliki peran penting dalam menarik perhatian audiens dengan menyajikan kisah yang menarik atau berbagi informasi penting. Media berfungsi untuk mengumpulkan orang agar membaca, menonton, atau mendengarkan konten yang menarik, dengan kata-kata, gambar, video, dan audio yang tidak hanya memberikan informasi tetapi juga dapat memengaruhi dan menginspirasi.

Instagram

Menurut bahasa instagram berasal dari dua kata yaitu "insta" dan "gram" berasal dari kata instan yang berarti intagram adalah aplikasi menampilkan fitur foto-foto atau video secara

instan seperti polaroid dalam tampilannya, sedangkan kata gram berasal dari kata telegram yang mana memiliki cara kerja mengirimkan informasi kepada orang lain secara cepat (Sasono, 2021). Instagram sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya mengambil foto atau mengambil video dengan menggunakan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai jaringan sosial, termasuk milik instagram sendiri dalam bentuk *feed* atau *story*.

Youtube

Pada dasarnya, youtube adalah sebuah situs web yang memungkinkan orang untuk berbagi atau menikmati video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Jenis video yang dapat diunggah ke situs ini mencakup berbagai macam video, seperti video klip musik dari musisi tertentu, film pendek, film televisi, trailer film, video edukasi, video *blog* para *vlogger*, video tutorial tentang berbagai aktivitas, dan sebagainya (Putra, 2019).

Definisi youtube secara utuh dan mendalam mencakup beberapa aspek penting yaitu: (Akbar, Jakub saddam dkk., 2023).

- a) *Platform* berbagi video
- b) Ketersediaan konten gratis
- c) Keaneka ragaman konten
- d) Fitur interaktif dan sosial
- e) Penghasilan untuk creator
- f) Dampak pada pembelajaran dan pendidikan
- g) Pengaruh sosial dan budaya.

Pengertian Radio

Radio adalah media auditif yang hanya dapat dinikmati oleh orang-orang yang memiliki alat pendengaran. Radio menggunakan gelombang elektromagnetik, yaitu sinyal audio, untuk menyebarkan ide, konsep, dan pesan. Menurut Undang-Undang Penyiaran No. 32/2002, radio adalah kegiatan mengirimkan luasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau transmisi di darat, di laut, atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara bersamaan dan konsisten oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Menurut ensiklopedia, "radio" berarti "transmisi informasi dengan pemanfaatan gelombang elektromagnetik bebas dengan frekuensi kurang dari 300 GHz (panjang gelombang lebih besar dari 1 mm)." Namun, kata "siaran radio" berasal dari kata "*radio broadcast*" dalam bahasa Inggris (Budiarti, 2021).

Interaktivitas

Interaktivitas berarti hubungan dua arah antara pengguna dengan aplikasi (*feed* dan *feedback*). Dalam simulasi, Interaktivitas memungkinkan pengguna untuk mengatur variabel-variabel yang ada, dan aplikasi akan meresponnya dengan melakukan perhitungan ulang terhadap variabel-variabel dinamis tersebut. Interaktivitas merupakan bentuk adaptasi utama dalam sebuah simulasi, karena melalui Interaktivitaslah pengguna dapat mengatur jalannya simulasi dengan memberi masukan ke dalam aplikasi, mengetahui efek dari perubahan variabel terhadap jalannya simulasi melalui umpan balik yang ditampilkan oleh simulasi (Wibawanto, 2023).

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana menurut Sugiyono adalah metode penelitian yang berdasarkan filsafat *postpositivisme* yang bisa digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci dan melakukan melukiskan suatu keadaan secara objektif atau berdasar fakta-fakta yang tampak (Ibrahim, 2023).

Menurut Eko Haryono, (2024) Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif juga merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud, menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan menggunakan berbagai metode.

Penelitian Menurut Fadjarajani, (2020) adalah penyelidikan yang terorganisir, atau penyelidikan yang hati-hati dan kritis dalam mencari informasi untuk menentukan. Kata penelitian berasal dari bahasa Inggris dan terdiri dari dua kata, "re" yang berarti kembali dan "to search" yang berarti mencari. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *research*, atau penelitian, berarti mencari kembali suatu pengetahuan.

Sumber data utama dalam penelitian ini berupa kata-kata atau tindakan dari orang-orang yang diamati dan diwawancarai oleh peneliti yang telah dicatat dalam catatan tertulis seperti rekaman dan pengambilan foto. Selain itu tambahan dari sumber tertulis seperti buku, karya ilmiah, dokumen pribadi, dokumen resmi dan arsip penting lainnya. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari: (Moleong, 2013).

Data primer adalah data yang diperoleh dari pihak informan yang secara sengaja dipilih oleh peneliti dengan tujuan agar dapat mengetahui informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Data primer yang penulis maksudkan dalam penelitian ini adalah data wawancara dan observasi mengenai media sosial untuk mendukung interaktivitas radio di RRI Sumenep.

Data sekunder adalah sumber-sumber yang dapat berupa buku tentang subjek matter yang ditulis oleh orang lain, dokumen-dokumen yang merupakan hasil penelitian dan hasil laporan. Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada yang biasanya yang diperoleh dari perpustakaan, atau laporan-laporan penelitian terdahulu, misalnya data yang tersedia ditempat tertentu seperti kantor, perpustakaan, dan sebagainya (Insiyah, 2023).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan Media Sosial untuk Mendukung Interaksi Instagram Dan Youtube

Instagram: Berfungsi sebagai media untuk berbagi berbagai jenis konten interaktif seperti gambar, video singkat, *stories*, dan siaran langsung (*live streaming*). Fitur-fitur seperti kolom komentar, pesan langsung (*direct message*), serta jajak pendapat dalam *stories* dimanfaatkan oleh audiens untuk menjalin interaksi dengan pihak stasiun radio.

YouTube: Dimanfaatkan untuk mempublikasikan ulang siaran radio, menyajikan konten-konten kreatif, serta menayangkan program tertentu secara langsung. Platform ini memberikan ruang bagi audiens untuk memberikan tanggapan atau komentar.

a) Peran Media Sosial dalam Menjangkau Audien

- a. Penggunaan media sosial memungkinkan RRI Sumenep menjangkau audien yang lebih muda, terutama mereka yang tidak lagi mengakses siaran radio konvensional.
- b. Platform YouTube secara khusus membantu memperluas jangkauan audien hingga ke luar wilayah geografis Sumenep, mengingat aksesibilitasnya yang bersifat global.

b) Tingkat Respon dan Partisipasi Audien

Dibandingkan YouTube, Instagram menunjukkan tingkat keterlibatan (*engagement*) yang lebih tinggi, karena memungkinkan interaksi yang lebih cepat dan dinamis. Fitur-fitur seperti *polling* atau sesi tanya-jawab di Instagram terbukti mampu meningkatkan tingkat partisipasi audiens dibandingkan hanya berkomentar di YouTube.

Hal ini dikarenakan fitur interaktif seperti *stories* dan *polling* yang memungkinkan audiens berpartisipasi secara langsung. Wawancara dengan tim konten media baru juga mengungkapkan bahwa Instagram adalah platform yang efektif untuk menjangkau generasi muda, sementara YouTube lebih sering digunakan oleh audiens yang menyukai konten berdurasi panjang.

c) Strategi Meningkatkan Interaktivitas

- a. RRI Sumenep memadukan penggunaan media sosial dengan siaran radio tradisional melalui promosi silang, seperti mengarahkan pendengar untuk terlibat melalui platform digital.
- b. Stasiun radio ini juga bekerja sama dengan komunitas lokal atau figur publik di Instagram dan YouTube untuk meningkatkan partisipasi audiens.

Pembahasan

1. Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mendukung Instagram Dan Youtube Radio RRI Sumenep

Pemanfaatan media sosial sudah sangat berkembang dikalangan masyarakat, menggunakan media sosial untuk kepentingan pribadi maupun kepentingan bisnis. Seperti misalnya para artis ibukota dan host terkenal yang menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dengan para fans mereka, promo bisnis dan lain sebagainya. Hal ini berguna bagi masa depan karir dan menjalin hubungan yang baik dengan para fans, sehingga seniman dapat tetap berhubungan dengan penggemarnya, begitu juga dengan para penyiar radio. Radio merupakan salah satu media massa yang berkaitan erat dengan kebutuhan dan sebagai media untuk mendapatkan hiburan, maupun informasi bagi masyarakat.

Setelah menuliskan hasil wawancara dengan beberapa narasumber mengatakan bahwa media sosial yang paling sering menjadi akses komunikasi antara penyiar radio RRI Sumenep dengan para pendengar adalah media sosial instagram. Sedangkan YouTube digunakan untuk menjangkau audiens lebih luas dengan konten berdurasi panjang. Hal ini diketahui dari narasumber pengguna media sosial instagram yang mengakui media sosial instagram memiliki fitur-fitur yang lebih menarik dari pada media sosial lainnya sehingga komunikasi yang dilakukan antara penyiar dan pendengar berjalan tidak monoton.

Kemudian, adanya masyarakat yang selalu mendukung dan mensupport program-program radio RRI Sumenep maupun para penyiarinya dengan cara selalu mendengarkan para penyiarinya ketika sedang bersiaran, selalu up date tentang apa yang disampaikan penyiarinya melalui media sosial, dan banyak juga yang datang langsung ke radio RRI Sumenep sekedar bersilaturahmi kepada penyiar yang mereka sukai dan memberikan buah tangan agar hubungan antara penyiar dan pendengar menjadi lebih baik.

Radio RRI Sumenep menjadi media promosi untuk suatu hal agar sarana mengomunikasikan suatu produk atau jasa, brand, perusahaan dan lainnya agar dapat dikenal masyarakat lebih luas. Ini diungkapkan dari beberapa narasumber seperti adanya universitas dalam mempromosikan tahun ajaran baru, owner-owner bisnis kuliner, band-band lokal yang berada di kota Sumenep, event organizer untuk mempromosikan acara mereka, influencer untuk mempromosikan produk/jasa mereka, komunitas mahasiswa yang ingin membuat seminar, perusahaan startup seperti gojek dan grab dan masih banyak lainnya. Dengan memposting iklan di media sosial pribadi Radio RRI Sumenep dengan menggunakan kata-kata yang menarik dan juga tampilan iklan yang mencolok agar para pendengar atau pun followers yang melihat tertarik dengan apa yang ditampilkan ke publik, juga mempromosikannya lewat para penyiar dengan membahas hal yang ingin dibahas sewaktu sang penyiar sedang bersiaran dengan cara menyampaikan poin-poin yang menjadi keunggulan dari pada suatu hal yang ingin dipromosikan tersebut (Terjalin, 2020).

Media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi perkembangan web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang agar dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga seorang penyiar dapat lebih luas menjangkau calon pendengarnya.

Beberapa hambatan yang ditemukan meliputi:

- 1) Kendala teknis: Koneksi internet yang kurang stabil di beberapa wilayah Sumenep menyulitkan distribusi konten, terutama untuk siaran langsung.
- 2) Keterbatasan sumber daya manusia: Jumlah personel yang terbatas membuat pengelolaan media sosial belum dapat dilakukan secara maksimal.

RRI Sumenep mengadopsi sejumlah strategi untuk meningkatkan interaksi dengan audiens, antara lain:

- 1) Promosi silang, yaitu mengarahkan pendengar radio untuk berpartisipasi dalam program yang ditayangkan melalui Instagram dan YouTube.
- 2) Kolaborasi dengan komunitas lokal atau tokoh masyarakat untuk meningkatkan daya tarik konten.
- 3) Penyelarasan konten, dengan menyesuaikan jenis konten agar tetap relevan terhadap tren dan kebutuhan audiens, sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Nuri tentang pentingnya mengikuti perkembangan digitalisasi hingga era 5.0.

KESIMPULAN

1. Sosial media memudahkan pendengar untuk selalu mengikuti perkembangan konten-konten dari stasiun Radio RRI Sumenep.

2. Dengan adanya sosial media, baik itu pendengar maupun penyiar, saling memudahkan mereka untuk melakukan komunikasi.
3. Dengan adanya sosial media, membuat penyiar dapat lebih mudah untuk mengiklankan perusahaan yang membutuhkan jasa mereka, seperti para pengusaha wisata kuliner, mereka merasa semakin tempat mereka berjualan semakin ramai dan mencakup lebih banyak pembeli dengan cara mempromosikannya di Radio RRI Sumenep.

SARAN

Tingkatkan jenis konten yang disajikan di Instagram dan YouTube dengan memperhatikan kebutuhan audiens, seperti informasi seputar isu lokal, edukasi, serta hiburan yang sesuai dengan perkembangan tren di Sumenep. Maksimalkan fitur-fitur di Instagram, seperti jajak pendapat, sesi tanya-jawab, dan *live streaming*, untuk mendorong interaksi langsung dengan audiens, khususnya generasi muda.

Tetapkan jadwal unggahan konten secara rutin dengan mempertimbangkan waktu-waktu aktif pengguna di media sosial. Tambahkan sumber daya manusia atau tim khusus yang bertugas mengelola media sosial agar respons terhadap audiens lebih cepat dan efisien. Bangun kerja sama dengan komunitas lokal, tokoh masyarakat, atau influencer yang memiliki pengaruh di wilayah Sumenep untuk memperluas jangkauan audiens. Gunakan tema-tema lokal atau isu populer sebagai inspirasi untuk menciptakan konten yang relevan dengan audiens di daerah tersebut.

Kemudian Atasi kendala teknis, seperti koneksi internet yang belum optimal, dengan bekerja sama dengan penyedia layanan internet atau pihak terkait untuk meningkatkan aksesibilitas. Investasikan perangkat produksi modern untuk meningkatkan kualitas konten video maupun siaran langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Jakob Saddam dkk. (2023). *Penerapan Media Pembelajaran Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing.
- Budiarti, L. (2021). *Asyiknya Jadi Penyiar Radio*. GUEPEDIA.
- Eko Haryono, S. S. S. (2024). *Metodologi Kualitatif dan Kuantitatif (Perkumpulan RumahCemerlang Indonesia ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT)*.
- Fadjarajani, S. (2020). *Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner*. Ideas Publishing.
- Ibrahim, M. B. (2023). *Metode Penelitian Berbagai Bidang Keilmuan (Panduan & Referensi)* (PT. Sonped). PT. Sonpedia Publishing.
- Insiyah, C. (2023). Analisis Determinan Dan Motivasi Mahasantri Menggunakan Tabungan Di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(02), 871–888.
- Irwansyah, F. P. dan I. (2020). Personal Branding Ria Ricis pada Media Sosial Instagram,”. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(01).
- Moleong, L. J. (2013). *Metode Penelitian kualitatif, Edisi Revisi*. PT> Remaja Rosdakarya.



- Putra, G. L. A. K. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube”. *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi, 02, 259–265.*
- Rahmawati, W. A. dan D. (2020). *Prinsip dan Praktik Jurnalisme Radio* (Jakad Medi). Jakad Media Publishing,.
- Sasono, A. (2021). *BPSC Modul Bahasa Indonesia SD/MI Kelas V: Buku Pendamping Siswa Cerdas Modul Bahasa Indonesia + Kunci Jawaban*. Bumi Aksara.
- Sumenep, S. L. R. (n.d.). *PPID LPP RRI*.
- Suryani, L. I. (2020). emanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Bagi Radio Mersi 93.9 Fm. *Journal Komunikasi, 11(01), 67–68.*
- Terjalin, K. (2020). *RRI Sumenep dengan Rumah Literasi Tanda Tangani Nota Kesepakatan*. RRI SUMENEP.
- Wibawanto, W. (2023). *Laboratorium Virtual Konsep dan Pengembangan Simulasi Fisika*.