



STRATEGI PROGRAM ACARA DAKWAH BRTV DI ERA PERKEMBANGAN INDUSTRI TV DIGITAL

Nur Hadiid Surachman^{1✉}, Sudirman Tebba², Alfi Satria³

^{1,2,3}Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

E-mail: nurhadiidurachman@gmail.com^{1✉}, tebba@iai-alzaytun.ac.id², alfi@iai-alzaytun.ac.id³

Abstrak

Perkembangan industri dan teknologi sekarang sudah memasuki era digitalisasi yang dimana masyarakat dinilai mampu mengikuti agar tidak tertinggal oleh zaman. Digitalisasi juga berkembang pada bidang industri televisi digital, salah satu televisi lokal yang juga memperhatikan perkembangan digitalisasi yaitu BRTV. Dengan menggunakan berbagai strategi agar masyarakat semakin mudah menonton tayangan program acara dakwah, BRTV hadir sebagai alternatif stasiun televisi yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut. Adapun tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan program acara dakwah BRTV terhadap masyarakat di era TV digital dan untuk memahami penerapan strategi yang dilakukan program acara dakwah BRTV di era TV digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif, melalui teknik observasi, wawancara serta diperkuat dengan hasil dokumentasi yang dilakukan dengan nonprobability sampling. Penulis menggunakan teori strategi program acara dakwah dan manajemen industri media massa dengan fenomena perkembangan industri televisi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Program Acara Dakwah BRTV di Era Perkembangan Industri TV Digital memberikan pemahaman bahwa perusahaan televisi mampu menyuguhkan tayangan yang berkualitas serta dapat memberikan tampilan yang baik bagi masyarakat. Perkembangan pada zaman sekarang mengharuskan perusahaan televisi memiliki strategi agar dapat mempertahankan eksistensi agar menjaga persaingan serta tidak kehilangan pemirsanya.

Kata Kunci: *Strategi, Program Acara, Dakwah, Televisi Digital*

Abstract

Industrial and technological developments have now entered an era of digitalization where society is considered capable of keeping up so as not to be left behind by the times. Digitalization is also developing in the digital television industry, one of the local television stations that is also paying attention to digitalization developments is BRTV. By using various strategies to make it easier for people to watch preaching programs, BRTV is present as an alternative television station that is able to meet the needs of the community. The aim of this research is to find out what strategies BRTV's da'wah programs use for the public in the digital TV era. and to understand the implementation of strategies carried out by the BRTV da'wah program in the digital TV era. This research uses a qualitative method with a qualitative descriptive approach, through observation techniques, interviews and is strengthened by the results of documentation carried out using non-probability sampling. The author uses the strategy theory of da'wah program programs and mass media industry management with the phenomenon of the development of the digital television industry. The results of the research show that the BRTV Da'wah Program Strategy in the Era of Development of the Digital TV Industry provides an understanding that television companies are able to present quality shows and can provide a good appearance for the public. Current developments require television companies to have a strategy in order to maintain their existence in order to maintain competition and not lose their viewers.

Keywords: *Strategy, Event Programme, Da'wah, Digital Television e*

PENDAHULUAN

Saat ini manusia tak dapat terlepas dari perkembangan teknologi. Keberadaan teknologi telah mempengaruhi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya seiring dengan penggunaan yang terus meningkat. Masyarakat dinilai harus mampu mengikuti perkembangan teknologi agar tidak tertinggal oleh zaman. Masyarakat telah memanfaatkan teknologi di berbagai bidang kehidupan dan hal ini menjadi peluang untuk menambah pengetahuan (Sulianta, 2020).

Perubahan perangkat teknologi komunikasi sangat bervariasi yang berlangsung secara cepat. Industri “hilir” dalam teknologi komunikasi ini mempengaruhi industri lain yang berkaitan, termasuk industri penyiaran. Inovasi ini juga merupakan salah satu faktor kuat yang mendorong perubahan teknologi penyiaran dari analog ke digital. Apabila masa sebelumnya pesawat penerima siaran hanya melalui fix television (TV yang ada di rumah), sekarang dengan ditemukannya tablet dan smartphone. Akibatnya aktivitas menonton televisi bisa dilakukan di mana saja. Perilaku menonton TV pun mulai berubah. Rata-rata menonton TV di rumah hanya sekitar 2,5 jam. Selebihnya aktivitas yang berhubungan dengan media dilakukan melalui tablet maupun smartphone.

Langkah proses digitalisasi penyiaran televisi di Indonesia terlihat dari adanya Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor : 27/P/M.Kominfo/8/2008 tentang Uji Coba Lapangan Penyelenggaraan Siaran Televisi Digital, tertanggal 5 Agustus 2008 (Putra, 2013). Dalam peraturan menteri tersebut digariskan uji coba yang akan dilakukan mengubah pola penerimaan televisi pelanggan. Dalam uji coba yang dilakukan, ada beberapa hal yang akan dievaluasi, antara lain model penyelenggaraan siaran televisi digital, model regulasi dan kelembagaan, program siaran dan fitur layanan televisi digital, serta kinerja perangkat dan sistem.

Semua negara harus menetapkan tahun migrasi dari siaran analog ke digital. Negara-negara maju di Eropa dan Amerika Serikat telah mematikan siaran analog (analog switch-off) dan beralih ke siaran digital. Kondisi global menunjukkan bahwa 85% wilayah dunia sudah mulai mengimplementasikan televisi digital. Jepang melakukan analog switch off pada Juli 2011, Korea Desember 2012, China tahun 2012, UK Oktober 2012, Brunei Juni 2014, Malaysia Desember 2015, Singapura tahun 2015, Thailand dan Filipina 2015, sementara Vietnam tahun 2020. Indonesia merencanakan switch off pada 2012. Namun rencana tersebut sepertinya masih belum jelas mengingat hingga pertengahan 2013, analog switch off belum bisa dilaksanakan (Prabowo, 2012:4).

Kehadiran televisi di Indonesia telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang yang menghabiskan waktunya di depan televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk mengobrol dengan keluarga ataupun pasangan mereka. Bagi banyak orang televisi adalah teman, televisi menjadi cermin perilaku dan menjadi candu, karena televisi adalah membujuk kita untuk mengonsumsi lebih banyak lagi, di samping itu televisi memperlihatkan bagaimana kehidupan orang lain dan memberikan ide tentang bagaimana kita ingin menjalani hidup ini (Morissan, 2008).

Televisi memiliki banyak keunggulan di mana ia mampu menembus ruang dan waktu, juga mempunyai keunggulan lainnya dibandingkan media massa saat ini. Pertama, dilihat dari sisi pesan televisi yang disajikan secara audio visual, yakni dapat membangun daya tarik, persepsi, perhatian dan imajinasi dalam mengkonstruksi realitas. Kedua, dilihat dari sisi aktualitas peristiwa, televisi bisa lebih cepat memberikan informasi kepada khalayak daripada surat kabar, radio dan majalah. Ketiga, dilihat dari segi khalayak televisi mampu menjangkau jutaan pemirsa ketimbang surat kabar, radio atau majalah yang hanya menjangkau ratusan ribu pembaca atau pendengar. Keempat, dilihat dari efek kulturasi televisi lebih besar daripada efek yang dihasilkan oleh jenis-jenis media lainnya, khususnya bagi pembentukan perilaku, proposisi dan antisosial manusia (Rochmah, 2010). Oleh karena itu Indonesia kini sudah mulai memasuki era televisi yang ditandai dengan munculnya stasiun televisi seperti TVRI, RCTI, SCTV, ANTV, TV ONE, TRANS TV, TRANS 7, METRO TV, Indosiar, Global TV, Kompas TV, Net TV. Di samping itu, disusul dengan kemunculan televisi-televisi lokal seperti Bali TV, Jak TV, Da'i TV, BRTV, dan lain-lain.

Program acara keagamaan di televisi Indonesia banyak sekali yang menggambarkan tentang dakwah seperti ceramah agama, tanya jawab tentang agama, lagu dan bahkan tarian khas yang dipandang islami (Budiyanti, 2014). Selain itu perlu disadari juga bahwa televisi sebagai alat bantu untuk menyebarkan ajaran agama Islam ke berbagai pelosok tanah air sangat diperlukan dalam paradigma baru berdakwah. Dari segi waktu televisi sangat efektif dan efisien, karena pesan yang disampaikan televisi dapat langsung diterima oleh khalayak. Oleh karena itu, sebuah stasiun televisi harus mampu mengemas dengan baik isi siaran dakwah yang ditayangkan sesuai dengan sasaran yang dituju seperti orang tua, dewasa, remaja hingga anak-anak.

Stasiun televisi BRTV atau Badar TV sebagai televisi lokal yang didirikan oleh PT Badar TV Media Persada yang berada di Cikarang, Jawa Barat selalu berusaha menghadirkan program terbaik untuk pemirsanya, salah satunya dengan menyajikan program acara dakwah. BRTV menjadi satu-satunya televisi lokal daerah Cikarang yang sudah berhasil menyiarkan siaran resmi televisi digital dengan berbagai program utama dan dakwah yang dapat diakses menggunakan televisi digital atau melalui www.brtv.co.id. BRTV berada di golden area atau daerah penyangga ibu kota sehingga memiliki nilai bisnis yang mumpuni dengan tayangan yang kekinian tanpa meninggalkan konten utama salah satunya dengan menyiarkan program acara dakwah seperti Lentera Islam, Diary Muslimah dan Para Pencari Pahala.

Program acara dakwah Diary Muslimah disiarkan setiap hari Senin-Jum'at jam 09.00 WIB, Lentera Islam hari Senin-Jum'at pukul 04.30 dan 21.30 WIB sedangkan Para Pencari Pahala setiap hari Sabtu jam 16.00 WIB. Dengan format acara Talkshow, tanya jawab dengan narasumber dan menampilkan tokoh dalam bidangnya yang dikemas secara ringan yang dapat memberikan solusi dalam bidang keagamaan yang bertujuan agar para pemirsa dapat menambah wawasan agama.

Pemerintah sepakat mewajibkan mengalihkan siaran televisi digital di wilayah Indonesia dari sistem analog ke sistem digital atau program ini disebut Analog Switch Off

(ASO). Namun, setelah peralihan dari televisi analog ke televisi digital banyak masyarakat yang belum mengerti cara mengganti ke siaran televisi digital sehingga mulai muncul tantangan baru bagi pemilik media di Indonesia, pasalnya setelah beralih ke televisi digital justru mengalami penurunan rating baik dari program maupun minat masyarakat. Tentu, dengan masalah baru ini perusahaan televisi harus mampu cepat beradaptasi dan memunculkan sebuah inovasi baru guna menarik kembali perhatian dari pemirsa setianya. Hal ini, juga dimanfaatkan oleh BRTV salah satu televisi Islam lokal yang siarannya mencakup Jabodetabek dan sekitarnya. Menurut laporan dari produser HRD BRTV terdapat penurunan rating dari beberapa program yang bisa dilihat dari jumlah viewer di sosial media program di sepanjang peralihan menuju televisi digital yang membuat BRTV harus cepat tanggap dengan situasi seperti ini sehingga memunculkan suatu strategi baru guna bersaing dan menarik perhatian kembali pemirsa setianya.

Adapun tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan program acara dakwah BRTV terhadap masyarakat di era TV digital dan untuk memahami penerapan strategi yang dilakukan program acara dakwah BRTV di era TV digital.

METODE

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu prosedur untuk melakukan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa pesan tertulis, gambar ataupun lisan dari berbagai sumber yang dapat diobservasi ataupun diteliti (Akbar et al, 2024). Penulis menggunakan pendekatan kualitatif karena sesuai dengan tujuan dan fenomena dari penelitian ini tidak bisa dijelaskan menggunakan angka-angka seperti pada pendekatan kuantitatif, penelitian ini mengkaji suatu proses strategi pada suatu langkah kerja mengenai apa-apa saja yang diperlukan untuk mengungkapkan suatu konsep dalam pengertian strategi yang beragam. Penelitian ini berlokasi di PT. Badar Televisi Media Persada Bekasi Jl. Raya Lemah Abang No.31, Kel. Simpangan, Kec. Cikarang Utara, Kab. Bekasi, Jawa Barat, Indonesia, 17530.

Pada penelitian kualitatif dengan pengambilan teknik secara sampling yang dipergunakan penulis adalah purposive sampling yang artinya teknik pengambilan sampel dengan menunjuk langsung subjek penelitian yang dapat memberikan data valid. Asal data dengan pertimbangan tertentu pada penelitian kualitatif, sampel sumber data dipilih secara purposive sampling (Ramdhan, 2021). Penentuan sampel dari sumber data 13 informan pada stasiun televisi BRTV untuk dipilih yang mempunyai peran penting dalam sebuah struktur sehingga mampu mewakili atau mempunyai sumber data yang dapat dipercaya sehingga penulis akan melakukan penelitian untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan. Populasi yang dapat mendukung suatu penelitian penulis merupakan 1 orang HRD, 2 orang Produser/Manajer program, 2 orang penanggung jawab acara, 2 orang kameramen dan 6 crew editor atau tim IT. Berdasarkan purposive sampling yang digunakan penulis orang-orang yang dianggap mewakili seperti HRD dan produser/manajer program, setelah observasi lapangan dari penulis terdapat populasi yang diambil yaitu 1 orang HRD dan 2 orang produser/manajer program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Program Acara dari TV Analog ke TV Digital

Masyarakat perlu mengetahui untuk lebih memahami lebih jauh tentang kebijakan *Analog Switch Off*. Siaran TV analog menggunakan sinyal analog dimana sinyal video ditransmisikan dalam AM dan sinyal audio ditransmisikan dalam FM. Sedangkan TV digital menggunakan sistem siaran digital yang sinyalnya ditangkap oleh antena digital selanjutnya sinyal digital tersebut akan ditransmisikan dalam bit data informasi. Perbedaan berikutnya terletak pada kemampuan menghasilkan tayangan beresolusi tinggi. Berbeda dengan TV analog yang masih memerlukan jarak tertentu untuk mendapatkan kualitas tayangan yang jernih, TV digital tidak perlu risau dengan jarak karena jangkauan yang lebih luas inilah masyarakat bisa mengakses program acara tanpa terganggu dengan visualisasi gambar yang kurang baik. Perbedaan paling signifikan dari perubahan TV analog ke TV digital yang dapat dirasakan ini adalah tidak adanya *noise* atau bintik-bintik seperti semut yang dapat mengganggu pengguna televisi dan tanpa perlu ada biaya tambahan. Siaran TV digital memiliki sistem *free to air* dimana bisa dinikmati secara gratis tanpa menggunakan akses internet.

Pergantian dari TV analog ke TV digital bukan tanpa alasan pasti. Pemerintah tentunya telah melakukan banyak pertimbangan yang mengutamakan kepentingan masyarakat luas. Banyak keuntungan yang bisa didapatkan ketika beralih ke TV digital. Pertama, kualitas gambar dan suara pada televisi akan lebih bagus dan jernih. Kedua, akan lebih banyak program televisi yang bisa dinikmati. Ketiga, siaran TV digital memiliki spektrum frekuensi radio yang lebih efisien dengan kemampuan menghemat spektrum frekuensi hingga 700 MHz. Dimana nantinya spektrum frekuensi yang sebelumnya digunakan pada TV analog akan dialihkan untuk jaringan komunikasi 4G dan 5G. Hal tersebut sangat membantu dalam program penyebaran serta peningkatan kualitas internet di Indonesia menjadi lebih baik.

“Perkembangan industri TV digital untuk saat ini, suka nggak suka, mau tidak mau, kita sebagai masyarakat harus menerima keputusan pemerintah, peraturan yang dibuatkan memang untuk kebaikan meskipun ada pro dan kontra. Perkembangan saat ini sangat luar biasa, apalagi dunia televisi atau broadcasting bukan dunia yang statis melainkan dinamis yang selalu berkembang. Apalagi untuk saat ini menonton televisi tidak melulu di rumah melainkan bisa diakses kapanpun dan dimanapun.” (Afriyadi, wawancara, 13/12/2022).

Itu alasan mengapa televisi analog diganti ke televisi digital. Masyarakat diharapkan mampu mengikuti arahan pemerintah untuk beralih ke siaran televisi digital. Jika ingin bermigrasi ke televisi digital dengan cara yang lebih mudah maka bisa menggunakan televisi dengan kemampuan berpindah ke siaran digital secara langsung. Selain itu, pemerintah juga telah mewajibkan adanya *early warning system* pada tiap alat bantu penerima sinyal digital yang berfungsi untuk memberikan peringatan dini jika terjadi bencana pada suatu wilayah.

Perubahan ke televisi digital menjadi salah satu kemajuan zaman yang begitu cepat dibidang penyiaran, teknologi akan terus tumbuh dengan seiring berjalannya waktu serta permintaan dari masyarakatnya itu sendiri. Ini sudah terlihat di luar negeri yang sudah jauh lebih cepat dalam perkembangan disemua bidang salah satunya teknologi atau industri pertelevisian dunia. Dalam hal ini Indonesia dituntut dan diharuskan mampu mengikuti perkembangan zaman agar kita ketinggalan dari negara-negara dalam kategori negara maju. Meski Indonesia sendiri masih tergolong negara berkembang akan tetapi kita tidak boleh berdiam diri menikmati yang sudah ada. Pemerintah Indonesia dalam hal ini sudah tepat dalam mengikuti perkembangan didunia dengan mengganti siaran televisi menjadi digital serentak di seluruh wilayah Indonesia, ini tentu dengan tujuan memberikan kenyamanan bagi semua pihak yang terlibat dalam dunia pertelevisian baik itu masyarakat sebagai pengguna, pengisi acara sebagai penyampai informasi maupun perusahaan televisi yang berperan sebagai media untuk kita bisa akses dan mencari segala bentuk informasi.

“Ini menjadi salah satu bukti kita harus menyesuaikan dengan perkembangan teknologi, setau aku perkembangan TV digital sudah berkembang diluar negeri, di Indonesia sendiri juga sudah menegaskan bahwa telah mematikan siaran analog dan menggati dengan siaran digital dan seluruh perusahaan mau nggak mau harus mengikuti arahan pemerintah. (Lindawati, wawancara 09/11/2022)

Perkembangan sistem penyiaran televisi digital ini sebenarnya sudah ada sejak lama. Bahkan, langkah awal siaran televisi digital di Indonesia sudah dimulai sejak 1997 dalam format TV digital satelit. Tapi, langkah migrasi itu ternyata masih belum masif. Jadi, sampai 2006 saja masih dalam proses uji coba. Transisi itu didorong oleh perkembangan televisi digital negara-negara di dunia yang bergerak secara cepat. Itu karena untuk efisiensi daya pemancar dan efisiensi dalam penggunaan pita frekuensi (*bandwidth*), peningkatan kualitas gambar dan lainnya. Transisi televisi digital di negara-negara maju bahkan sudah dimulai sejak beberapa tahun lalu, seperti data dari Kominfo Jepang yang sudah mengimplementasikan pada Juli 2011, Korea Selatan pada Desember 2012 China dan Inggris Raya pada Oktober 2012 dan lainnya. Bahkan negara Luxemburg yang terletak dibenua Eropa sudah lebih dulu melakukan *Analog Switch Off* sejak tahun 2006 lalu dan hingga saat ini sebagian besar negara-negara di dunia sudah beralih ke siaran televisi digital.

Dalam kasus program acara dakwah juga berpengaruh setelah perubahan dari siaran televisi analog ke televisi digital yaitu masyarakat banyak yang bisa akses dengan mudah televisi yang ingin mereka tonton. Pada saat televisi masih siaran terestrial atau analog masyarakat cenderung hanya melihat tayangan-tayangan dari televisi nasional dan semenjak perubahan siaran digital pada 02 November 2022, televisi-televisi lokal atau daerah mulai mendapat perhatian masyarakat, tentu saja program-program akan semakin dikenal dan dapat menaikkan *rating* baik itu perusahaan televisi atau dari programnya itu sendiri. Perkembangan industri televisi digital juga tidak hanya dirasakan bagi perusahaan media dan masyarakat yang menonton program acara kesayangan di *channel* favorit mereka, akan tetapi perkembangan juga sangat dirasakan oleh orang yang terlibat atau yang

berkecimpung didunia pertelevisian di Indonesia. Salah satu contoh peran yang tak kalah penting dalam perkembangan industri didunia pertelevisian adalah orang yang tampil didepan layar kaca televisi atau pengisi acara program-program ditelevisi, seperti salah satu Ustadz terkenal didaerah Cikarang yang juga pengisi program acara dakwah Lentera Islam di BRTV mengungkapkan bahwa terdapat banyak sekali perbedaan siaran di Indonesia karena beliau sudah masuk didunia pertelevisian Indonesia cukup lama sebagai pengisi program acara dakwah khususnya sebagai ustadz atau narasumber yang menyampaikan tausiyah tentang agama sebagai keahliannya.

Ustadz Iwan Syech Andalusy salah satu ustadz pengisi program acara dakwah Lentera Islam BRTV yang juga mengikuti zaman perkembangan program acara dakwah Lentera Islam yang pada awalnya masih banyak siaran terestrial atau analog namun sekarang ini sudah siaran digital mengaku ada perbedaan mengenai tayangan, isi materi serta respon masyarakat yang dinilai semakin banyak yang sudah bisa akses *channel* BRTV, dengan begitu menjadikan program Lentera Islam semakin dikenal oleh para pengguna siaran televisi digital. Artinya perkembangan industri digital sangat berpengaruh dengan masyarakat dan membuat peran pengisi acara mendapat sisi positif yaitu mereka dapat dikenal lebih luas lagi dan dengan begitu materi dakwah yang disampaikan bisa lebih meluas lagi tidak hanya diwilayah lokal saja namun bisa dalam cakupan nasional. Perkembangan TV di Indonesia khususnya di BRTV menjadikan patokan bagi televisi-televisi lokal yang sedang berkembang dan ingin mengembangkan ke televisi digital (Ustadz Syech Iwan Andalusy wawancara, 10/01/2023).

Adaptasi Program Acara BRTV di Era TV Digital

Peralihan teknologi dari televisi analog ke televisi digital bukanlah sekadar kegiatan mengikuti kemajuan teknologi akan tetapi bagaimana pemerintah memberikan kualitas siaran kepada masyarakat secara merata baik di kota maupun di desa. Ada beberapa proses bertahap untuk mempersiapkan terlebih dahulu infrastruktur jaringan sehingga pemerintah akan mempersiapkan secara berjenjang dan pasti akan menerima siaran televisi digital (Mubarok & Adnjani, 2018). Peralihan menuju siaran digital ternyata sudah diketahui banyak perusahaan media televisi salah satunya BRTV. BRTV sudah mengetahui bakal ada rencana bahwa siaran di Indonesia akan mengubah total ke siaran digital sehingga sudah diantisipasi dan mulai menerapkan jauh-jauh hari sebelum peresmian menutup siaran analog pada 2 November 2022 atau yang disebut program Analog Switch Off.

Respon masyarakat mengenai adaptasi menuju televisi digital sangat baik meskipun di awal-awal mengalami kesulitan untuk merubah setelan televisi analog ke televisi digital namun, seiring berjalannya waktu semua itu dapat teratasi dengan baik. Berdasarkan data yang penulis dapat dari pihak BRTV dan melihat dari postingan konten program-program acara dakwah di BRTV, terdapat kenaikan jumlah rating dan viewer. Peralihan ke siaran televisi digital membuat dunia pertelevisian di Indonesia menjadi semakin berkualitas, momen ini juga dimanfaatkan perusahaan televisi lokal guna mempertahankan eksistensi didunia digitalisasi maupun mengepakan sayap lebih lebar lagi ke kancah yang lebih

tinggi lagi. Peresmian Analog Switch Off juga membuat masyarakat semakin nyaman menonton televisi dengan cakupan sinyal yang semakin merata disetiap daerah pelosok tanah air.

“Sejauh ini, program yang dikerjakan (Para Pencari Pahala dan Lentera Islam) tidak ada program menyambut ke televisi digital atau tidak ada perubahan yang signifikan, karena sebelum adanya mutasi ke siaran digital, kita (BRTV) sudah melakukan siaran digital. Jadi, ketika ada perubahan ke televisi digital pihak kita sudah siap jadi tidak ada perubahan baik siaran, konten maupun program” (Afriyadi, wawancara, 13/12/2022).

Dari data wawancara dengan Afriyadi mengungkapkan bahwa memang BRTV sudah siap dengan digitalisasi perkembangan televisi di Indonesia dan menurutnya tidak ada perubahan yang signifikan untuk program acara Para Pencari Pahala dan Lentera Islam. Untuk adaptasi menyambut perubahan siaran ke televisi digital program tersebut hanya mempersiapkan konten yang lebih baik dari sebelumnya, menampilkan tayangan yang dapat dinikmati oleh masyarakat dan mampu memberi edukasi serta ilmu bagi pemirsa program acara dakwah tersebut.

Namun, khusus untuk program acara Diary Muslimah terdapat perbedaan yaitu, pihak produksi Diary Muslimah memiliki strategi yaitu membuat kemasan yang berbeda dari sebelumnya dan dengan tatanan atau properti yang digunakan semakin beragam dan menarik ini karena penggemar dari pengisi acara Diary Muslimah yaitu Ustadzah Zanimar memiliki pengikutnya sendiri sehingga dengan peralihan menuju siaran televisi digital membuat program acara Diary Muslimah mendapat kenaikan jumlah rating dan jumlah pengikut di akun sosial media serta jumlah subscriber akun Youtube dari Diary Muslimah itu sendiri. Kendati demikian masih ada yang perlu dan terus diperbaiki selama produksi program acara dakwah Diary Muslimah seperti data wawancara dengan salah satu tokoh terkenal di Jakarta sehingga ini menjadi bahan evaluasi dari produser, manajer program serta seluruh pihak BRTV. Ketua 3 IPHI Jakarta Utara di Jakarta Islamic Center, Ustadzah Eva Syukriah mengungkapkan bahwa

“Seiring berjalannya waktu Diary Muslimah pun akan menjadi besar, InshaAllah. Kalau boleh saran mungkin ditambah hal menarik untuk dijadikan ciri khas Diary Muslimah itu sendiri. Semisal dengan tagline, “Berilmu, berakhlak dan smart bersama kami Diary Muslimah” dengan ini, Diary Muslimah akan lebih diminati dan dinanti sehingga banyak yang penasaran ada apakah di Diary Muslimah ini.” (wawancara Elis Listiani dengan Ustadzah Eva Syukriah via WhatsApp, 09/01/2023).

Saran ini disambut baik dari produser, manajer program dan seluruh karyawan BRTV bahwa memang sebelum peralihan menuju televisi digital Diary Muslimah tidak memiliki tagline sehingga kurang adanya ciri khas yang menggambarkan program acara tersebut. Ustadz Sulaiman dari salah satu pengurus masjid terkenal di Cikarang, Masjid As-Syifa yang juga salah satu tokoh agama didaerah sekitar lokasi kantor BRTV dan juga mengikuti program acara Diary Muslimah memberikan sedikit komentar tentang adaptasi Diary Muslimah di era perkembangan industri televisi digital.

“Program Diary Muslimah sangat bagus dan bisa menambah pengetahuan tentang Islam untuk para wanita muslimah, karena sekarang masih banyak wanita muslimah belum paham tentang agama Islam dan lahirnya program Diary Muslimah di BRTV bisa menambah wawasan ilmu agama untuk para wanita muslimah.” (Ustadz Sulaiman, 09/01/2023).

Diary Muslimah menjadi salah satu program acara dakwah unggulan BRTV yang memiliki penggemar khusus karena segmen atau sasaran utama dari program ini adalah wanita beragama Islam yang tentu menjadi agama mayoritas di negara Indonesia itu sendiri dan konten yang diangkat berupa problematika seorang muslimah baik yang sudah menikah maupun yang belum menikah namun sudah cukup usia untuk menonton program ini. Sebelum peralihan menuju siaran televisi digital saja Diary Muslimah sudah cukup dikenal oleh masyarakat, lalu setelah siaran di Indonesia serentak berubah menjadi siaran televisi digital menjadikan program ini semakin banyak orang yang tahu apalagi pembawaan dan penggemar dari pengisi acara yang cukup menjadi panutan bagi wanita-wanita muslimah yang ingin menyaksikan tayangan yang mengandung unsur dakwah didalamnya.

Strategi Program Acara Dakwah BRTV Terhadap Masyarakat di Zaman Peralihan Ke Televisi Digital

Setelah melakukan pengumpulan data dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan penulis pada saat penelitian, penulis melakukan analisis data yang berkaitan dengan strategi program acara dakwah yang dilakukan produser program atau manajer produksi dalam perkembangan menuju siaran televisi digital. Sesuai dengan fokus penelitian dari penulis yang ingin mengetahui strategi apa saja yang dilakukan program acara dakwah di BRTV dalam rangka mengikuti arahan pemerintah mengenai perubahan siaran televisi yang awalnya siaran terestrial atau analog menjadi siaran televisi digital. Adapun strategi yang dilakukan untuk menarik perhatian pemirsa yang pada saat awal-awal peralihan ke siaran televisi digital sempat terjadi penurunan rating, kemudian peran produser dan HRD serta karyawan BRTV yang terus bekerja keras untuk menampilkan atau memproduksi tayangan yang berkualitas dan penuh makna terutama program acara dakwah yang menjadi pusat penelitian penulis berhasil kembali menarik perhatian masyarakat.

Strategi atau seringkali yang diartikan usaha demi mencapai suatu tujuan memiliki karakteristik harus menunjukkan taktik operasionalnya untuk menjaga dan menarik kembali minat masyarakat menonton tayangan program acara dakwah BRTV, tidak banyak berubah karena perusahaan sudah menerapkan tayangan televisi digital dan bisa dibilang sudah siap dengan pergantian ke siaran televisi digital atau *Analog Switch Off (ASO)*. Metode yang dilakukan BRTV dalam menjaga eksistensi dari masyarakat adalah dengan cara gencar mempromosikan setiap acara dengan mengunggah setiap postingan yang terbaru ke masing-masing akun sosial media setiap programnya. Tak lupa juga dari para individu yang terlibat di BRTV ikut andil dalam mempromosikan program acara dakwah

dengan *update* ke sosial medianya masing-masing guna menarik perhatian serta mengajak para pengikutnya untuk menonton program-program acara di BRTV. Metode ini dilakukan setelah peralihan ke siaran televisi karena pada saat sebelum dilakukan pergantian dari siaran analog ke siaran televisi digital mayoritas televisi lokal belum banyak yang bisa diakses oleh masyarakat karena sinyal televisi lokal hanya sebatas wilayah-wilayah tertentu. Terlebih BRTV wilayah cakupan hanya didaerah Cikarang, Karawang, Cikampek, Jakarta, Bogor, Depok, Bekasi, Tangerang dan beberapa wilayah di provinsi Banten kalah pamor dengan tayanga-tayangan yang sudah lebih dulu hadir di pertelevisian nasional di Indonesia seperti RCTI, SCTV, MNC TV, Trans TV, Trans 7, Indosiar dan masih banyak lagi. Tentu hal seperti ini membuat perusahaan media televisi lokal menjadi sulit bersaing sehingga sempat mengalami penurunan jumlah penonton pada saat era normalisasi pandemi Covid-19 yang dimana masyarakat sudah melakukan aktivitas normal yang mengharuskan datang ke kantor dan membuat mereka sudah jarang menonton televisi apalagi televisi lokal yang pada saat itu masih terganggu dengan sinyal.

Namun, setelah perubahan serentak menuju perkembangan industri televisi digital, perusahaan-perusahaan televisi lokal kembali bangkit karena dalam programnya televisi lokal dapat tertangkap meski jarak yang cukup jauh sekalipun. Hal ini tentu menjadi titik bangkit televisi lokal dan daerah mulai kembali hadir di televisi masyarakat yang mau tidak mau akan tertangkap tayangan dari siaran BRTV. Peluasan sinyal inilah yang membuat televisi yang pada awalnya tidak tertangkap oleh televisi masyarakat menggebu-gebu mengatur strategi agar program-program acaranya dapat sering dinikmati oleh masyarakat. Stasiun televisi lokal yang berada di Cikarang ini juga kembali mengatur strategi program-program acara andalannya salah satunya program acara dakwah yakni, Diary Muslimah, Lentera Islam dan Para Pencari Pahala. Program-program ini memiliki strateginya sendiri dalam mempertahankan eksistensi agar terus menghadirkan tayangan yang juga memiliki manfaat bagi para pemirsanya, ini menjadi ajang bangkit yang pada saat normalisasi sempat mengalami penurunan jumlah penonton dan sekarang mulai kembali di tonton oleh masyarakat. Berikut strategi program acara dakwah Diary Muslimah, Lentera Islam dan Para Pencari Pahala di era perkembangan industri tayangan digital.

BRTV dengan program acara dakwah andalannya yaitu Diary Muslimah, Para Pencari Pahala dan Lentera Islam mampu terus konsisten dengan program yang berfokuskan ke konten atau tayangan dakwah dan dapat memberi manfaat bagi yang menontonnya ditengah-tengah awal pandemi hingga persaingan acara dakwah televisi lokal daerah Jawa Barat serta peralihan ke televisi digital membuat penikmat setianya terus menanti program tersebut tayang. Menjadikan masyarakat umum sebagai sasaran utama serta topik yang dibahas berupa permasalahan kehidupan sehari-hari merupakan strategi utama produser program dan manajer produksi yang membuat program acara dakwah tersebut tetap bertahan dengan konsisten. Sempat mengalami penurunan rating namun dengan kesiapan menyambut perubahan signal digital membuat strategi BRTV berjalan dan tidak menemukan hambatan serius.

1. Diary Muslimah

Diary Muslimah menjadi salah satu program acara di BRTV yang hadir setelah masa pandemi tepatnya Januari 2022. Diary Muslimah sempat mengalami kesulitan bersaing karena pada zaman itu orang-orang sudah mulai menjalani aktifitasnya secara langsung sehingga minat untuk menonton televisi agak berkurang, ini membuat suatu tantangan tersendiri bagi produser, manajer program dan seluruh pihak yang terlibat dalam produksi Diary Muslimah. Program ini termasuk kedalam kategori *Talkshow* yang dimana menampilkan sebuah tontonan yang membahas suatu topik tentang wanita muslimah yang dipandu oleh pembawa acara dari tokoh agama yang cukup terkenal yaitu Ustadzah Zanimar. Strategi program acara Diary Muslimah adalah menekankan pada sebuah tayangan yang menarik dengan pembahasan yang ringan namun memiliki arti yang mendalam dalam kehidupan sehari-hari seorang muslimah, Diary Muslimah memiliki jam tayang setiap hari Senin hingga Jum'at pada pukul 09.00 WIB. Pada jam tersebut sasaran utama program ini adalah ibu rumah tangga yang sedang santai dirumah, dengan begitu strategi Diary Muslimah untuk menarik perhatian pemirsa cukup besar karena tidak terlalu berat pembahasan sehingga menjadi tontonan yang bisa dinikmati dengan santai.

2. Lentera Islam

Lentera Islam menjadi salah satu program acara andalan BRTV, Lentera Islam hadir menemani pemirsa sudah cukup lama. Pada awal tayang sistem programnya *Talkshow* dengan satu pembawa acara dan satu narasumber yang berprofesi sebagai Ustadz yang cukup terkenal di Cikarang. Konten yang dibahas tidak terlalu berat untuk ditonton, konten berupa siraman rohani dengan prinsip tontonan yang menjadi tuntunan. Dengan *tagline* "Mengkaji Kehidupan yang Lebih Sempurna" yang memiliki arti hidup ini merupakan sebuah perjuangan terhadap keridhoan Allah SWT sehingga ketika masyarakat menonton Lentera Islam sedikitnya masyarakat mendapat ilmu yang bermanfaat. Sasaran utama dari program ini adalah masyarakat yang sudah diatas 18 tahun namun juga bisa ditonton oleh anak-anak karena pembahasan program Lentera Islam yang ringan dan mudah dipahami. Lentera Islam memiliki segmen khusus yang berinteraksi dengan penonton setianya, biasanya pada segmen kedua pembawa acara memberikan kesempatan penonton untuk bertanya pada ustadz yang sedang bertugas pada hari itu dengan pertanyaan yang sesuai dengan tema pada saat itu. Ini bertujuan agar pemirsa dengan program memiliki kedekatan baik itu saat program jalan maupun setelahnya, kemudian ustadz dengan sukarela menjawab pertanyaan dari penelpon interaktif tersebut. Strategi inilah yang membuat Lentera Islam menjadi program acara dakwah yang cukup dinanti oleh masyarakat. Akan tetapi, Lentera Islam sempat mengalami penurunan jumlah penonton karena proses adaptasi migrasi ke siaran televisi digital, namun dengan cepat Lentera Islam bangkit walaupun ada sedikit perubahan sistem tayangan menjadi satu ustadz yang bertugas dengan monolog membawakan tema yang telah dipersiapkan sebelumnya. Strategi baru inilah Lentera Islam mulai ditonton oleh masyarakat dan setelah seluruh siaran digital Lentera Islam kembali dengan "sistem baru" tapi tidak mengurangi esensi dari dakwah itu sendiri.

3. Para Pencari Pahala

Para Pencari Pahala juga menjadi program dakwah andalan BRTV. Para Pencari Pahala ini berbeda konsep dengan dua acara sebelumnya yaitu dengan konsep liputan dengan narasumber bisa berupa artis, *influencer*, tokoh agama atau tokoh yang dinilai memiliki pengalaman hidup yang bisa diangkat ceritanya kedalam program acara ini. Para Pencari Pahala di produksi secara spontan oleh tim dengan mendatangi lokasi-lokasi syuting atau janji dengan di rumah si narasumber, dengan bekal alat rekam yang cukup simple dan pertanyaan yang spontan seputar kehidupan narasumber membuat acara ini memiliki ciri khas tersendiri. Strategi program ini menekankan pada siapa saja narasumber yang dinilai mampu mengangkat program dengan kisah penuh inspiratif dengan begitu jumlah penonton akan bertambah sesuai dengan siapa yang tampil pada episode tersebut. Dengan strategi inilah program Para Pencari Pahala dapat mampu bertahan sebagai salah satu program acara dakwah di BRTV.

Penerapan Strategi Program Acara Dakwah BRTV di Era Perkembangan Industri TV Digital

Penerapan atau dengan kata lain mempraktekkan cara, strategi atau hasil dari bahan evaluasi dari program acara dakwah Diary Muslimah, Lentera Islam dan Para Pencari Pahala yang kemudian dilakukan dengan maksud dan tujuan untuk menambah jumlah penonton dan memberikan tayangan yang berkualitas dengan tampilan yang dapat diterima oleh masyarakat pada zaman perkembangan atau peralihan dari televisi analog ke televisi digital dengan terdapat unsur-unsur meliputi:

1. Perubahan program acara dakwah setelah peralihan ke siaran televisi digital.
2. Target atau masyarakat yang menjadi sasaran yang diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut.
3. Pelaksanaan atau pengawasan dalam menerapkan strategi yang sudah dirancang oleh pihak BRTV.

Dengan adanya peralihan menuju televisi digital BRTV sempat mengalami adanya pasang surut atau naik turun jumlah penonton karena masyarakat pada saat peralihan sebagian besar sudah ada yang bekerja dikantor karena fenomena itulah yang membuat masyarakat jarang menonton televisi di rumah. Akan tetapi, BRTV mulai dikenal lagi masyarakat karena sekarang televisi sudah serentak menggunakan siaran digital sehingga masyarakat bisa dengan akses dimanapun dan kapanpun. Dengan kesempatan itulah BRTV mempunyai strategi baru yaitu mulai mempromosikan kembali program acara dakwah yang sampai saat ini bertahan sesuai dengan teori dasar penyiaran program acara televisi terdapat poin *promotion* yaitu bagaimana memperkenalkan dan menjual acara itu sehingga dapat mendatangkan *audiens*, atau bahkan iklan dan sponsor. BRTV juga menggunakan sistem tiga poin strategi penyiaran di Indonesia yaitu evaluasi. Evaluasi yang dilakukan BRTV dalam menerapkan strategi yang sudah ada antara lain dengan terus memberikan tayangan yang bermanfaat ditengah persaingan program acara dan juga peralihan menuju televisi digital. Untuk lebih jelas tentang penerapan program acara BRTV terhadap perkembangan industri televisi digital sebagai berikut.

1. Diary Muslimah

Penerapan strategi program acara dakwah Diary Muslimah antara lain dengan terus mempromosikan program acara ke sosial media program acara, sosial media perusahaan maupun sosial media pribadi milik karyawan BRTV, selain itu juga Diary Muslimah telah mempersiapkan *tagline* dan tema khusus agar dapat diterima pemirsanya. Diary Muslimah ini berfokus pada sasaran utama wanita muslimah jadi, dari pihak produser ingin sekali konten yang ditampilkan tidak terlalu tentang wanita agar masyarakat yang pria bisa ikut nonton walaupun tidak menghilangkan tujuan program itu sendiri. Metode dakwah yang digunakan program Diary Muslimah adalah dakwah bil lisan dan dakwah bil hikmah dengan menekankan pada nilai konten yang sesuai dengan syariat Islam sehingga bukan hanya sekedar tontonan namun juga mengandung arti yang cukup dalam daripada itu terutama untuk kaum hawa. Kemudian, media yang yang digunakan adalah dengan menyiarkan di televisi dan diupload ke akun Youtube BRTV sebagai bentuk peduli produser agar penonton bisa akses kembali materi yang terlewatkan meskipun tidak semua konten dimasukan ke sosial media tersebut. Dengan berkembangnya zaman media dakwah tentu bisa menjadi peluang dalam menyiarkan program acara dakwah yang syarat akan ilmu.

2. Lentera Islam

Penerapan strategi dari program acara dakwah Lentera Islam tidak jauh berbeda dengan Diary Muslimah karena konsep dan ruangan syuting terbilang sama yaitu konsep produksi *tapping* distudio dengan layar *green screen* dan melalui tahap *editing* yang sesuai dengan ilmu pertelevisin dan masuk dengan zaman perkembangan televisi digital. Akan tetapi, segmen atau sasaran utama program Lentera Islam lebih luas dan tema-tema yang dibahas pun bisa diterima oleh pria dan wanita. Metode yang digunakan pun sama dengan menggunakan dakwah bil lisan dan dakwah bil hikmah dengan menekankan pada materi yang disampaikan oleh pengisi acara pada saat produksi. Meskipun Lentera Islam memiliki beberapa ustadz dalam setiap episodenya namun cara yang digunakan sama. Dengan berbeda ustadz setiap harinya strategi inilah yang digunakan Lentera Islam agar mencegah penonton bosan yang hanya satu pengisi acara, cara ini dinilai efektif karena beberapa ustadz memiliki cara dan ciri khas tersendiri dalam mendekati kepada penontonya. Dari ketiga program dakwah BRTV Lentera Islam memiliki episode yang lebih banyak karena dalam produksinya Lentera Islam lebih dulu hadir menemani layar kaca pemirsa setia BRTV, tak heran jika sudah banyak penggemar bahkan sampai ustadz pengisi acara pun turut merasakan apalagi ditambah dengan perkembangan zaman siaran digital yang semakin dikenal oleh masyarakat luas.

3. Para Pencari Pahala

Yang terakhir yaitu program acara dakwah Para Pencari Pahala sesuai dengan namanya program ini dalam produksi yaitu memberikan sebuah tontonan yang mengedukasi atau memberikan pencerahan terhadap masyarakat melalui kisah dari artis, *Influencer*, tokoh agama atau tokoh masyarakat yang dinilai memiliki kisah inspiratif yang bisa dijadikan motivasi hidup agar kejalan yang lebih baik lagi. Para Pencari Pahala berbeda

dengan Diary Muslimah dan Lentera Islam karena dalam proses syuting nya tim mencari informasi kesejumlah kota untuk mewawancarai narasumber, konsep ini disebut dengan liputan yang sesuai dalam ilmu komunikasi dibidang pertelevisian yaitu tim akan mencari data atau fakta dan menggali informasi yang ingin diangkat ke media massa, program ini masuk ke dalam kategori *feature* yang digabungkan dengan konsep berdakwah yaitu mengajak manusia kepada kebaikan. Program ini dikemas dengan konsep tayangan yang juga memiliki sisi positif untuk bisa diambil oleh masyarakat, metode yang digunakan juga bervariasi yaitu dakwah bil hal, dakwah bil lisan dan dakwah bil hikmah. Artinya narasumber harus memiliki kategori tersebut untuk membuat tayangan sesuai dengan prinsip awal dari produser yaitu tontonan yang menjadi tuntunan.

Dengan variasi tontonan program acara dakwah BRTV diharapkan mampu menumbuhkan nilai datau sisi baik kemanusiaan dalam bermasyarakat, tentu dengan didukung oleh perkembangan teknologi atau industri pertelevisian yang cukup signifikan diharapkan juga mampu memberikan peluang bagi manusia yang suka dengan konten-konten islami seperti ini. Peran produser dalam membaca ini juga menjadi pondasi kesuksesan dari sebuah acara, dengan melihat peluang serta mengatur strategi agar program terkemas menarik dan mampu menghibur serta memberikan ilmu dan hal positif bagi pemirsa konten dakwah tersebut.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah program acara dakwah BRTV, termasuk Diary Muslimah, Lentera Islam, dan Para Pencari Pahala, berhasil mempertahankan eksistensinya dan menarik kembali minat pemirsa setelah peralihan ke siaran televisi digital. Strategi utama yang dilakukan oleh produser program dan manajer produksi adalah menargetkan masyarakat umum sebagai audiens utama dan membahas topik yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, khususnya bagi kaum muslimin. Meskipun sempat mengalami penurunan rating, BRTV mampu mengatasi tantangan tersebut dengan menyesuaikan strategi promosi dan penayangan, serta dengan kegiatan promosi aktif melalui media sosial dan partisipasi individu yang terlibat dalam produksi. Setiap program memiliki strategi uniknya sendiri, seperti Diary Muslimah yang menekankan pembahasan ringan namun bermakna untuk ibu rumah tangga, Lentera Islam yang memberikan konten rohani dengan interaksi langsung antara pembawa acara dan penonton, serta Para Pencari Pahala yang menampilkan narasumber inspiratif dengan konsep liputan spontan. Meskipun terjadi perubahan dalam sistem tayangan setelah migrasi ke siaran televisi digital, program-program tersebut tetap berhasil mempertahankan esensi dakwah dan menarik kembali minat masyarakat untuk menonton.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, Fathul, Fitri, Ahmad Asrof, Abdurrazaq, MN., Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hannan Attaki dalam Channel Youtube "Motivasi Islam Net" (Studi Kasus Allah Tahu Kapan Kita Bahagia). *Journal of Islamic Studies* 2 (1), 101-113.

- Budiyanti, Quinn Rizqi. (2014). Budiyanti, Q. R. Analisis Program Acara Dakwah Ngobrol Sareng Kang Ustadz di Banten TV. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mubarok & Adnjani, M. D. (2018). Strategi Sosialisasi Migrasi Sistem Penyiaran Analog ke Digital Di Jawa Tengah. *Jurnal ASPIKOM*, 3(4), 755-766.
- Moelong (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya Bandung.
- Morissan (2008). *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Pernada Media Group Jakarta. cet. ke 1 hal. 1.
- Morissan M.A. (2008). *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Prenadamedia Group Divisi Kencana Rawamangun Jakarta. Edisi Pertama Revisi
- Mutoyib, Abdul (2021). *Manajemen Master Control Room (MCR) Dalam Program Live Musik D'klip di Riau Televisi (RTV)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Prabowo, A. (2012, Januari). Era Penyiaran Digital: Pengembangan atau Pemberangusan TV Lokal dan TV Komunitas?, *Jurnal Komunikasi*, 1.
- Putra, Fahrul Pradhana. (2013). Menuju Indonesia TV Digital 2018: Bisnis vs Regulasi. *Semantik*, 3(1).
- Ramdhan, Muhammad. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rochmah. (2010). *Persepsi anggota muslimat NU kota Semarang Tentang Tayangan Infotainment Silet di RCTI*. Skripsi, IAIN Walisongo Semarang.