

TV RELIGI PENJAGA ASWAJA

(Sejarah dan Perkembangan TV9 – Nahdlatul Ulama Jatim)

Vanny Sutiari Jaya

vannysutiarijaya@gmail.com

Muhammad Khodafi

m.khodafi@uinsby.ac.id

Abstract: The research aims to determine the history and development of TV9 as a media for Nahdlatul Ulama. The focus contained in this article is: (1) What is the history of the founding of TV9. (2) What are the TV9 programs. (3) What is the purpose of making these programs. The approach used is the historical approach (diachronic perspective) and the descriptive-narrative approach, with the historical approach (diachronic perspective) the author aims to describe events that occurred in the past. While the descriptive-narrative approach is used to describe and analyze the development of TV9 programs and Aswaja values in the TV9 program. In this case the researcher used the media dependency theory according to Sandra Ball Rokeach and Melvin Defleur. This research concludes that: (1) The establishment of TV9 was started from the concern and concern of three NU cadres namely, H Misbahul Munir, Hakim Jayli, Ahmad Taufik Arsyeb who felt a shared anxiety about the moral problems caused by television broadcasts. As well as the dream of making television for Islamic boarding schools and Nahdlatul Ulama. (2) TV9's programs have experienced rapid development, both quantitatively and qualitatively. (3) Almost all of TV9's programs aim to maintain, develop, spread, and preserve the values of Aswajaanism.

Keywords: *History, development, TV9*

PENDAHULUAN

Televisi berasal dari kata tele dan vision, tele berarti jauh dan vision berarti tampak, dari hal tersebut bisa disimpulkan bahwa Televisi berarti sesuatu yang tampak dan bisa dilihat dari jarak jauh. Televisi pada dewasa sekarang ini sangat berkembang pesat dan tidak dapat di pisahkan dari kehidupan manusia. Perkembangan televisi tidak hanya pada televisi nasional, televisi lokal pun juga sudah bermunculan dan target mereka adalah masyarakat setempat, daya tarik televisi yang memadukan gambar dan suara secara langsung menjadikan televisi begitu di senangi masyarakat.

Televisi sebagai fungsi, tidak hanya sebagai sarana hiburan saja akan tetapi juga sebagai informasi dan pendidikan, akan tetapi beberapa pihak memanfaatkan media televisi untuk berbagai tujuan seperti ekonomi, politik, budaya, hukum, dan sosial dan juga sebagai media dakwah. Aqib Suminto mengungkapkan bahwa di Indonesia masih sangat minim memanfaatkan media televisi atau film sebagai media dakwah (Aqib, 1993: 56).

Televisi muncul dalam kehidupan manusia dan menghadirkan sebuah peradapan terutama dalam hal proses komunikasi dan informasi yang sifatnya massa, tidak hanya

itu televisi juga menjadi panutan baru bagi kehidupan manusia. masyarakat sekarang ini memiliki minat menonton televisi merupakan suatu peradapan terutama dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Masyarakat banyak yang menonton televisi untuk melepaskan ketegangan dan selain itu pula masyarakat juga menonton konten atau acara tertentu untuk menambah informasi pengetahuan dan pesan yang disampaikan pada acara tersebut.

Perkembangan televisi yang hadir di tengah masyarakat membuat persaingan antar stasiun televisi berlomba-lomba dalam menayangkan acara pada program televisi mereka. Televisi yang berbasis religi menyebarkan agama islam akan membuat mubaligh berpikir mengikuti perkembangan zaman, terutama apabila televisi tersebut adalah televisi lokal maka keberadaannya dapat menjadi sarana pengembangan potensi daerah, sehingga daerah tersebut akan menjadi maju dan sejahtera melalui pengembangan perekonomian rakyat. Pada televisi lokal seperti ini, pemirsa tidak hanya akan dilihatkan berita, informasi, budaya, dan gaya hidup ala Jakarta dan Barat. Pemirsa di televisi lokal akan melihat berbagai peristiwa, problem, dan dinamika daerah dan lingkungannya (Istanto, 1999: 95-108).

Di Jawa Timur khususnya di Surabaya ada salah satu stasiun televisi lokal yang bercitra religi yakni TV9, stasiun ini adalah stasiun lokal surabaya yang seluruh konten siarannya bernuansa dakwah islami dengan mengambil nilai-nilai *Aswaja*. TV9 pada awalnya bernama PASTV yang didirikan oleh H. Misbahul Munir, yang pada saat itu sedang menjabat sebagai DPRD Kabupaten Pasuruan, Ahmad Hakim Jaili dan Taufik Arsyeb, jebolan dari pondok pesantren krapyah Yogyakarta dan Magister Sosiologi dari Universitas Airlangga. PASTV lahir atas dasar inisiatif dan respon akibat problem moral dari tayangan televisi dan juga mimpi serta keinginan untuk membuat televisi dengan dasar *Ahussunnah Wal Jamaah* dan televisi ini di cita-citakan dapat menjadi wadah bagi pesantren dan ulama-ulama yang ingin berdakwah (Machrus, 2016).

TV9 adalah salah satu televisi religi bersegmen khusus di Jawa Timur dengan 37 juta penduduk, dengan asumsi 60 persennya adalah warga NU, maka ada 25 juta warga NU dan itu merupakan potential loyal viewer atau sasaran pemirsa TV9. Dengan potensi tersebut, maka TV9 bisa dikatakan sebagai televisi yang memiliki basis pemirsa yang paling kuat di antara stasiun televisi yang ada. TV9 memiliki semboyan yakni

santun menyejukan, TV9 menyajikan program tayangan yang unik, Islami, Menghibur, Edukatif dan selalu berada dalam jalur dakwah terutama nilai-nilai Aswaja.

TV9 menggunakan Brand Positioning sebagai: THE UNIQUE & RELAX TRADITIONAL MOSLEM TV STATION (Hakim, 2013: 28). TV9 di kukuhkan sebagai *The Best Islamic based television program* pada Indonesia platinum and best corporate award 2018 di Yogyakarta 27 Juli 2018 dan di kukuhkan sebagai *The Best Religious Television Of The Year* pada Indonesia Creativity dan *best leader* di Jakarta 25 Januari 2019 (Hakim, 2013: 5). Penelitian ini fokus pada sejarah perkembangan TV9 dan konten program kiswah aswaja tahun 2010-2018. Sejarah dan perkembangan TV 9 ini menarik dan penting di teliti karena TV9 merupakan salah satu peradaban dalam bidang teknologi, selain itu konten dari TV9 yakni kiswah aswaja merupakan media dakwah khususnya bagi NU dalam mencoba mengembalikan orientasi keteladanan yang sudah mulai bergeser akibat tayangan televisi mainstream.

TV9 mengalami perkembangan, dari awal terbentuknya yang bernama PASTV dan sekarang telah berubah menjadi TV9. Lingkup batasan yang di bahas dalam penelitian ini, dimulai dari tahun 2010 yang merupakan tahun dimana TV9 berdiri hingga perkembangannya termasuk konten kiswah aswaja yang ikut mewarnai perkembangan TV9 sampai saat ini tahun 2018. Dari sinilah TV9 bisa dilihat sejarah dan perkembangannya. Hal inilah yang membuat peneliti berkeinginan untuk menelusuri dan mengungkapkan TV9 yang selama ini kurang di ketahui oleh khalayak umum dan sejarah berdiri maupun perkembangan dari TV 9.

Penelitian mengenai TV9 Religi penjaga Aswaja (Sejarah dan Perkembangan TV9-Nahdlatul Ulama Jatim) Tahun 2010-2019 belum pernah di teliti atau di tulis sebelumnya. Dengan adanya penelitian ini di maksudkan dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya. Selain itu dapat memberikan khazanah ilmu pengetahuan dan menambah referensi sejarah bagi pembaca.

METODE

Penelitian yang berjudul TV Religi Penjaga Aswaja (Sejarah dan perkembangan TV9 Nahdlatul Ulama-Jatim) Tahun 2010-2019. Penulisan skripsi ini menggunakan pendekatan Historis (Perspektif Diakronis) yang di gunakan untuk menggambarkan

peristiwa yang terjadi pada masa lampau. Sehingga segala peristiwa yang telah di lalui oleh TV9 bisa diuraikan. Hal ini meliputi sejarah berdirinya dan perkembangannya yang dapat di ketahui secara jelas melalui pendekatan historis.

Pendekatan Historis (Perspektif Diakronis) merupakan ilmu yang membahas tentang evolusi dari waktu sehingga lebih menekankan peristiwa dalam waktu tetapi terbatas dalam ruang. Pendekatan Historis (Perspektif Diakronik) berfungsi untuk menganalisis evolusi atau perubahan sesuatu dari waktu ke waktu, yang memungkinkan seseorang untuk menilai bagaimana suatu perubahan itu terjadi (Amin, 2018). Dengan menggunakan pendekatan historis (Perspektif Diakronis) penulis berusaha untuk menggambarkan tentang sejarah, perkembangan, perubahan, dan faktor pendukung serta penghambat keberadaan TV9. TV9 sebagai sebuah media tidak lepas dari perubahan sosial demi kemajuan dan eksistensinya dalam dunia pertelevisian.

Penulis juga menggunakan pendekatan deskripsi naratif, pendekatan merupakan ilmu yang membahas tentang ini penyajian datanya dalam bentuk narasi, cerita mendalam atau rinci dari para informan hasil wawancara. Pendekatan deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian kepada masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Melalui penelitian deskriptif penulis berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut (Eriyanto, 2013: 75).

Berbicara mengenai pendekatan seperti yang dijelaskan di atas, maka perlu juga menggunakan teori. Teori di pandang sebagai bagian pokok ilmu sejarah, apabila penulisan atas suatu peristiwa itu sampai pada upaya melaksanakan analisis atas faktor-faktor kasual, kondisional, kontekstual serta unsur-unsur yang merupakan komponen dan eksponen dari proses sejarah yang di kaji (Dudung, 2013: 239-244).

Berdasarkan judul penelitian mengenai TV Religi Penjaga Aswaja (Sejarah dan Perkembangan TV9 – Nahdlatul Ulama Jatim) Tahun 2010-2019, maka penulis menggunakan teori ketergantungan media (media dependency theory) Teori ini dikembangkan oleh Sandra Ball Rokeach dan Melvin Defleur pada tahun 1976. Teori

ini mengatakan bahwa media, masyarakat, audience, dan efek akan saling bergantung sama lain, dalam artian bahwa media tidak akan lepas dari keadaan sosial dan masyarakat, media akan berubah seiring dengan berubahnya masyarakat dan keadaan sosial di tempat media itu berada. Media tidak lain juga di pengaruhi efek dari tampilan media sebelumnya, sehingga feedback dari masyarakat juga akan mempengaruhi bagaimana media kedepannya. Teori ini bisa relevan karena media juga harus beradaptasi dengan perkembangan masyarakat, sebab media tidak dapat berdiri sendiri tanpa memahami kebutuhan dan keinginan masyarakat. Ketergantungan pada media terlihat pada tiga hubungan (Kuswandi dan Wawan, 2003: 50).

1. Hubungan antara masyarakat dan media, dalam hubungan ini, akses media dan ketersediaan dianggap sebagai acuan penting untuk pengalaman seseorang dengan media.
2. Hubungan antara media dan khalayak, hubungan ini adalah faktor kunci dalam teori ini karena mempengaruhi bagaimana orang bisa menggunakan media massa. Hubungan ini juga bervariasi di seluruh sistem media. Semakin kebutuhan informasi terlihat, motivasi untuk mencari mediasi informasi dan ketergantungan pada media akan semakin kuat.
3. Hubungan antara masyarakat dan khalayak, masyarakat mempengaruhi kebutuhan konsumen dan konsep dalam penggunaan media, serta memberikan norma-norma, nilai-nilai, pengetahuan, dan hukum bagi anggota-anggota mereka. Sistem sosial dapat berfungsi sebagai sebuah alternatif terhadap media melalui penawaran layanan serupa dari media.

Pada tingkat makro, teori ketergantungan menyatakan bahwa hubungan timbal balik ini mempengaruhi jenis produk media seperti apa yang disebarluaskan sebagai konsumsi masyarakat, serta memungkinkan media mempergunakan khalayak.

TV9 sebelumnya ialah bernama PASTV dan televisi tersebut lahir akibat rasa prihatin problem moral pada tayangan televisi saat ini, di samping hal itu juga, pendiri PASTV H.Misbahul Munir, Ahmad Taufik Arsyeb, dan Hakim Jayli mempunyai cita-cita untuk membangun televisi bergenre religi dan berlandaskan pada Ahussunnah Wal Jamaah. Pada isi program pada tayangan PASTV juga mengalami perkembangan, dahulunya ketika masih menjadi PASTV program acaranya belum berkembang seperti

saat menjadi TV9, contohnya adalah klinik islami, extra kuliner, dan sinema religi, hal ini karena media tidak akan lepas dari keadaan sosial dan masyarakat, media akan berubah seiring dengan berubahnya masyarakat dan keadaan sosial di tempat media itu berada. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode sejarah, yaitu proses menguji dan menganalisis secara mendalam setiap rekaman peristiwa masa lampau berdasarkan data yang telah di peroleh. Adapun empat tahap penelitian sejarah yaitu heruistik (pencarian sumber), verifikasi (kritik sumber), interpretasi dan historiografi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar Belakang Berdirinya TV9

Pada perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, dakwah dan penyampaian ajaran Islam tidak hanya dengan menggunakan cara tradisional. Dimana seorang ulama menyampaikan dakwahnya di hadapan kaum muslimin atau seorang ustadz yang memberikan pelajaran agama di hadapan santrinya saja. Dakwah pada era sekarang ini bisa menggunakan berbagai media, misalnya saja pada media elektronik televisi. Televisi adalah gabungan dari media dengar dan gambar. Televisi sendiri memiliki sifat informatif, hiburan, maupun pendidikan, bahkan gabungan dari ketiga unsur di atas. Dan televisi merupakan sistem bercerita (*Story Telling*) yang tersentralisasi (Syaputra, 2013: 41)..

Televisi pada era sekarang ini juga menjadi tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. banyak sekali orang yang menghabiskan waktunya di depan TV dibandingkan dengan mengobrol bersama keluarga, siaran televisi ialah pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk pada sistem lensa dan suara. Menurut Peter Herford, setiap stasiun televisi dapat menayangkan beberapa acara hiburan seperti musik, kuis, talk show, dan sebagainya (Morrison, 2005: 2). Pada dasarnya, media televisi lahir akibat dari perkembangan teknologi. Berawal dari di temukannya *electrische teleskop* sebagai perwujudan salah seorang mahasiswa dari Berlin (Jerman Timur) yang bernama Paul Nipkov, menemukan sistem penyaluran sinyal gambar, untuk mengirim gambar melalui udara dari suatu tempat ke tempat yang lain. Sistem ini dianggap praktis, sehingga percobaan pemancaran serta penerimaan sinyal televisi tersebut, pada tahun 1883-1884.

Pada akhirnya Nikov diakui sebagai "Bapak Televisi" dan televisi bisa dinikmati di Amerika Serikat tahun 1939, yaitu ketika berlangsung World's Fair di New York Amerika Serikat, tetapi Perang Dunia II telah menyebabkan kegiatan dalam bidang televisi itu berhenti. Perkembangan televisi sangat pesat sehingga dari waktu ke waktu media ini memiliki dampak terhadap kehidupan masyarakat sehari-hari. Informasi yang di sampaikan oleh televisi, akan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat secara visual. Media televisi di Indonesia bukan lagi sebagai barang mewah. Kini media layar kaca tersebut sudah menjadi salah satu barang kebutuhan pokok bagi kehidupan masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Pada 31 Januari 2010 untuk pertama kalinya NU mendirikan sebuah stasiun televisi dan kemudian televisi tersebut di namai dengan TV9 yakni televisi religi yang berlandaskan pada Ahlus Sunnah Wal Jama'ah dan televisi ini di harapkan akan mampu untuk menjadi wadah bagi para kiai-kiai ketika ingin berdakwah untuk menyampaikan dakwahnya kepada masyarakat luas. TV9 sebelumnya ialah bernama PASTV, televisi ini di dirikan oleh tiga orang yakni H. Misbahul Munir, Hakim Jayli, dan Ahmad Taufik Arsyeb.





Gambar 1 dan 2. Surat Keputusan TV9 oleh Kominfo RI

TV9 merupakan televisi yang menjadi wadah bagi para Kiai dan Bu Nyai dalam melaksanakan dakwahnya tersebut, televisi ini juga berbeda dengan televisi lainnya, sebab TV9 tidak pernah menambahi ide atau konsep untuk para Kiai ataupun Bu Nyai yang akan tampil di TV9, para Kiai dan Bu Nyai di bebaskan mengenai waktu dan ide ketika melakukan siaran dakwah di televisi. TV9 memiliki beberapa program rutin dakwah salah satunya adalah program Kiswah (Kajian Islam Ahlus Sunnah Wal Jama'ah) program ini merupakan penyaluran dakwah dengan didasari Ahlus Sunnah Wal Jama'ah.

Pada dasarnya pendirian televisi ini berawal dari keinginan untuk membuatkan televisi bagi pesantren Nahdlatul Ulama. Hingga pada tahun 2005 setelah mengambil program studi sarjana Manajemen Komunikasi Universitas Indonesia yakni H. Misbahul Munir mengajak Hakim Jayli untuk mendirikan stasiun televisi dan setelah itu mengajak Ahmad Taufik Arsyeb untuk bisa bersama mewujudkan mimpi membangun televisi untuk NU (Nahdlatul Ulama). PASTV didirikan bukan atas dasar investasi industri oleh perusahaan televisi atau media, tetapi berdasarkan kepada inisiatif terhadap

problem moral akibat tayangan televisi yang kebanyakan kurang mendidik. Namun apabila dikatakan ketiga orang tersebut sama sekali tidak mempunyai pengalaman sama sekali terhadap media.

PASTV pada waktu itu diberi nama PT Dakwah Inti Media, kantor dan studionya menempati gedung ruko milik H. Misbahul Munir di daerah Gondangwetan, Pasuruan. Pada sebelumnya ruko tersebut akan di gunakan untuk toko butik busana, namun karena belum memiliki kantor maka ruko tersebut kemudian diubah menjadi kantor PASTV (Hakim, 2013: 20).

PASTV Pertama kali siaran menjelang hari raya Idul fitri tahun 2006 dan saluran kanalnya ketika itu adalah 42 UHF, namun ketika itu kanal tersebut mengalami beberapa masalah yakni ada stasiun lain yang juga memiliki kanal yang sama dengan PASTV. Pada akhirnya PASTV memilih mengganti kanalnya menjadi 48 UHF yang memang pada waktu itu belum ada yang memakai. PASTV sebagai televisi yang bercitra religi mendapatkan respon yang baik dari masyarakat dan investasi juga telah banyak di keluarkan oleh H. Misbahul Munir.

PASTV pada waktu itu telah mendapatkan rekomendasi kelayakan (RK) sebagai bukti bahwa PASTV telah lulus evaluasi dengar pendapat (EDP) yang di gelar oleh KPID Jawa Timur yang saat itu memiliki kepengurusan baru, dan bahkan pemirsa yang loyal juga sudah mulai terbentuk dengan berbagai pengajian rutin dan program untuk tayangan Ramadhan juga sudah di siapkan, belum lagi acara live yang sudah dimiliki yakni program “Ceplas-Ceplos News”.

Pada tahun 2008 PASTV terpaksa tidak siaran lagi dan hal itu menjadi kehilangan besar bagi masyarakat, santri, dan warga NU di Pasuruan dan sekitarnya. PASTV terpaksa harus memberhentikan 20 karyawan, dan juga kehilangan potensi iklan yang sudah mulai tumbuh, dan memberhentikan 20 karyawan dan karyawan yang sudah mendikasikan hidupnya untuk PASTV meskipun imbalannya jauh dari UMK pada waktu itu. Pada masa sulit seperti ini terjadilah perdebatan para pendiri PASTV yakni H. MisbahulMunir, Ahmad Jayli, dan Taufik Arsyeb. Ahmad Jayli begitu percaya bahwa televisi ini (PASTV) akan tetap berkembang, sebenarnya ada pilihan untuk menjual televisi ini, akan tetapi sangat di sayangkan apabila pemilik televisi ini nantinya tidak meneruskan televisi ini sebagai televisi yang bercitra religi.

Pada keadaan seperti itu H. Misbahul Munir sebagai owner dengan penguasaan penuh 80% saham berbaik hati dan bersedia untuk melanjutkan siaran televisi ini dengan bekerja sama pada PWNu JATIM yang saat itu memiliki kepengurusan baru di bawah Rois Syuriah, K.H Miftakhul Akhyar dan Ketua Tanfidziyah yakni KH. Mutawakkil Alallah. Hakim Jayli harus menghadap KH. Mutawakkil Alallah untuk berunding dan mengajaknya memiliki televisi (PASTV) dan melanjutkan siaran yang akan berpusat di Surabaya. Keputusan ini di tetapkan untuk mengingat kelayakan PASTV yang berlokasi di Pasuruan yang telah mendapatkan ijin siaran di area Layanan I yang meliputi Surabaya, Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Jombang, dan Sampang.

PWNu memiliki hibah saham TV9 dengan persentase 25% dan saham yang asalnya sebesar 100% menjadi 20% saja dengan komposisi Pak Misbah 10%, Ahmad Jayli dan Taufik masing-masing sebesar 5% dan sisanya di berikan kepada Kiai Mutawakkil sebagai kompensasi untuk mengkomunikasikan pada waktu itu dengan Prof. Muhammad Nuh yang pada waktu itu menjabat sebagai menteri kominfo. Namun sebelum televisi tersebut berpindah tangan ke PWNu ada beberapa tahap perijinan yang harus dilakukan yakni Forum rapat Bersama (FRP) yang diselenggarakan oleh KPI, selanjutnya ijin penyelenggaraan penyiaran (IPP) (Hakim, 2013: 22).

Prof. Dr. H. Muhammad Nuh selaku Menteri Pendidikan pada waktu itu dan Kiai Mutawakkil menyarankan nama PASTV untuk diubah menjadi TV9 dan semuanya bersepakat dan setuju dengan penggantian nama tersebut. Nama TV9 merupakan representasi dari bintang sembilan NU dan *Taf'alun* kepada wali songo. Selanjutnya adalah membuat logo yang di desain oleh Fauzi Priambodo yakni seorang profesional komunikasi dan juga merupakan CEO dan *owner teamwork creative communication*.

Fauzi Priambodo dan Ahmad Hakim Jayli membuat tagline melalui diskusi panjang, tagline tersebut adalah TV9 Santun menyejukan. Santun menyejukan adalah jati diri dari seluruh program tayangan TV9. Mengambil kata santun memiliki arti yakni akhlaqul karimah (etika mulia) yang menjadi misi diutusnya Nabi Muhammad SAW ke dunia ini. Menyejukan adalah karakter para ulama' salafus-shalihin dalam berdakwah yakni menyebarkan kebenaran dengan kesabaran dan kesejukan.

TV9 sebagai TV PWNu JATIM menempati eks kantor PWNu JATIM di Jalan Raya Darmo 96, yang saat itu sebenarnya masih di sewa oleh DPW PKB namun atas lobby dari Kiai Mutawakkil kepada Bupati Probolinggo saat itu yakni H. Hasan Aminudin yang bertindak sebagai dewan Tahfidz DPW PKB, akhirnya gedung PWNu tersebut di serahkan hak sewanya. Pada 31 Januari 2010 TV9 telah aktif dan resmi untuk siaran, hal pertama yang harus dilakukan TV9 adalah mendapat ijin dan mencari investasi untuk membeli perangkat pemancar serta operasional perusahaan.

Masa itu adalah periode antara 2009 hingga 2010 untuk mendapatkan investasi, maka sebagai komisariat umum, Kiai Mutawakkil pun berusaha dan bekerja keras. Kiai Mutawakkil berdiplomasi untuk menggalang dana investasi (tepatnya bantuan) kepada para tokoh, pebisnis dan termasuk kepada Pemerintah Provinsi Jawa Timur. Hingga pada akhirnya segala peralatan produksi transmisi, biaya operasional bulanan dan biaya pengurusan aspek legal dan perijinan. Ketika TV9 belum mendapatkan ijin penyelenggaraan terdapat cerita menarik menyangkut peran Pak Nuh (Prof. Dr. H. Muhammad Nuh) di balik keluarnya Ijin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) TV9. Sebagai menteri yang berbackground NU, Pak Nuh berkomitmen untuk memperjuangkan ijin penyiaran yang memang berada di bawah otoritasnya. Namun sebagai profesional dan pejabat yang bersih, Pak Nuh tidak menghendaki untuk pilih kasih dan terkesan menjalankan praktek nepotisme kepada NU.

Bentuk Eksistensi TV9 sebagai Media Dakwah Aswaja

Ahlus sunnah Wal Jama'ah atau yang biasa disingkat dengan ASWAJA secara bahasa berasal dari kata Ahlun yang artinya keluarga, golongan atau pengikut. Ahlussunnah berarti orang-orang yang mengikuti sunnah (perkataan, pemikiran atau amal perbuatan Nabi Muhammad SAW.) Sedangkan al Jama'ah adalah sekumpulan orang yang memiliki tujuan. Jika dikaitkan dengan madzhab mempunyai arti sekumpulan orang yang berpegang teguh pada salah satu imam madzhab dengan tujuan mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat (Sa'id, 2008: 5).

Sedangkan secara Istilah Berarti golongan umat Islam yang dalam bidang Tauhid menganut pemikiran Imam Abu Hasan Al Asy'ari dan Abu Mansur Al Maturidi, sedangkan dalam bidang ilmu fiqh menganut Imam Madzhab 4 (Hanafi, Maliki, Syafi'i, Hambali) serta dalam bidang tasawuf menganut pada Imam Al Ghazali dan Imam Junaid al Baghdadi (Ali, 1995: 69-70).

Dalam pengertian yang lebih sederhana dapat dikatakan bahwa *Ahlus sunnah wal jama'ah* adalah paham yang dalam masalah aqidah mengikuti Imam Abu Musa Al Asyari dan Abu Mansur Al Maturidi. Dalam praktek peribadatan mengikuti salah satu empat madzhab yaitu madzhab Hanafi, Maliki, Syafi'i dan Hambali, dan dalam bertawasuf mengikuti Imam Abu Qosim Al Junaidi dan Imam Abu Hamid Al Ghazali.

Kalau kita mempelajari Aswaja dengan sebenarnya, batasan seperti itu nampak begitu simpel dan sederhana, karena pengertian tersebut menciptakan definisi yang sangat eksklusif. Untuk mengkaji secara mendalam, terlebih dahulu harus kita tekankan bahwa *Ahlus sunnah wal jama'ah* (Aswaja) sesungguhnya bukanlah madzhab, Aswaja hanyalah sebuah manhaj Al fikr (cara berpikir) tertentu yang digariskan oleh para sahabat dan muridnya, yaitu generasi tabi'in yang memiliki intelektualitas tinggi dan relatif netral dalam mensikapi situasi politik ketika itu. Meski demikian, bukan berarti dalam kedudukannya sebagai Manhaj Al- fikr sekalipun merupakan produk yang bersih dari realitas sosio-kultural maupun sosio politik yang melingkupinya.

Manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan antar manusia. Begitu juga media, butuh dukungan dan link untuk melebarkan sayapnya dan memperkuat kedudukannya. Di Indonesia banyak perusahaan media massa yang mempunyai lebih dari satu media. Misalnya Kompas, selain memiliki surat kabar atau koran cetak sekarang juga mengembangkan televisi dan media masa berbasis digital. Hal ini juga tidak menutup kemungkinan TV9 untuk memperluas jaringannya dengan media yang satu aliran dengan TV9. Ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh informan, berikut kutipannya:

“Artinya TV9 harus memperluas dan memperkuat jaringan dengan media lain, khususnya yang sefaham dengan NU. Hal ini untuk memperkuat posisi dan mendapatkan kekuatan konvergensi dengan berjejaring. Meski secara finansial tidak mendapat keuntungan, tetapi kekuatan bersama itulah yang diharapkan. Misalnya dengan Majalah Aula, Koran Duta, Majalah Auleaa dan sebagainya” (Sururi, wawancara, 21 Februari 2019).

Dari kutipan wawancara diatas, dapat diartikan bahwa dalam mengelola usaha sebuah media harus bisa membuka peluang kerja sama dengan perusahaan lain. Untuk bisa berkembang, sebuah media juga membutuhkan dukungan dari pihak internal dan eksternal. Terlebih lagi bisa menggandeng media yang sefaham dengan TV9.

TV9 dalam kerja sama dengan pihak eksternal tidak harus selalu menguntungkan secara finansial, lebih penting dari itu adalah kerja sama untuk mewujudkan visi dan misi dalam mewujudkan media yang lebih bermartabat. TV9 dalam memberikan tayangan kepada masyarakat setia NU selalu mengedepankan aspek santun menyesuaikan sesuai dengan taglinenya. TV9 membuat gebrakan dengan memproduksi program yang sesuai dengan selera masyarakat. Hal ini senada dengan wawancara bersama Pemimpin redaksi TV9. Berikut kutipannya:

“Berusaha membuat program yang dekat dengan masyarakat/segmentasi yang pas. Hal ini seperti kiswah event, yang diselenggarakan oleh masyarakat. Sehingga selain dari sisi finansial dapat juga memperkuat posisi TV9 bagi pemirsa, merawat pemirsa loyal dan menambah pemirsa baru.” (Sururi, wawancara, 21 Februari 2019).

Keberadaan suatu program acara dalam sebuah media massa elektronik seperti televisi sangatlah penting. Bagus tidaknya sebuah stasiun televisi sangat ditentukan oleh bagaimana kualitas dari program acara yang dihasilkannya. Program acara atau output dari stasiun televisi yang berupa satu tayangan di layar kaca televisi yang tersusun rapi dalam urutan yang teratur, pada hakikatnya merupakan suatu benda abstrak yang memiliki fungsi untuk memuaskan batiniah bagi orang yang melihatnya. Hasil proses tersebut nantinya berkaitan dengan apa yang di rasakan oleh khalayak pemirsa dan kemudian diwujudkan dalam sebuah bentuk penilaian yang objektif, yaitu bagus atau tidaknya program acara tersebut (Hidajanto dan Andi, 2013: 149).

TV9 menggunakan konsep program religi, hal ini tidak lepas dari fakta di masyarakat yang menunjukkan bahwa masyarakat lebih memilih sowan kepada kiai untuk meminta nasehat spiritual. Fakta ini menunjukkan bahwa relaksasi tidak harus ke tempat hiburan sebagaimana cafe, diskotik, klub, karaoke sebagaimana kaum urban. Konsep inilah yang sebenarnya digunakan oleh TV9 sebagai televisi berkonten religi. Karakteristik televisi dalam fungsi menghibur tidak harus kemudian diisi dengan hiburan dengan konsep yang dianut masyarakat barat yang cenderung senang-senang. TV9 menawarkan kesejukan dan ketenangan batiniah sebagai solusi relaksasi atas kepenatan tugas dan aktivitas sehari-hari.

Menurut Sururi, pemimpin redaksi TV9, perbedaan TV9 dengan televisi lainnya adalah terletak pada ajaran religi berbasis Islam *Ahlu Sunnah Wal Jama'ah* (Aswaja) Annadhliyah (NU), yang berbeda dengan beberapa TV religi yang membawa faham syiah, salafy, muhammadiyah, MTA. Selain itu segmentasi TV9 sangat jelas dengan menyasar kaum muslim Nahdliyin sebagai basis pemirsa utama dan TV9 mempertahankan budaya nusantara yang memang bisa menjadi media dakwah Islam Rahmatan Lil Alamin (Sururi, wawancara, 21 Februari 2019). TV9 memasukan nilai-nilai *Ahlu Sunnah Wal Jama'ah* dalam setiap dakwahnya. TV9 menjadi salah satu potensi kekuatan strategi pihak management dalam meluaskan pengaruh nilai-nilai *Ahlu Sunnah Wal Jama'ah* di masyarakat khususnya dalam komunitas Nahdlatul Ulama (NU).

Strategi TV9 dalam mengembangkan nilai Aswaja

Keberadaan TV9 merupakan visi memperjuangkan nilai-nilai *Ahlu sunnah wal jama'ah* yakni *at-Tawazun* (keseimbangan), *at-Tasamuh* (toleran), dan *at-Tawasuth* (moderat). Prinsip Islam *Ahlu sunnah Wal Jama'ah* ala Nahdlatul Ulama kemudian di masukan ke prinsip TV9, merupakan sebuah strategi yang diperlukan guna mengatasi konflik yang ada dan meredakan ketika ada hal yang diluar perkiraan. Dalam menghadapi perubahan zaman, perubahan mutlak ada demi kelancaran berdakwah. TV9 dalam prakteknya lebih memperkuat konten keIslaman. Dengan tetap mengikuti perkembangan yang ada. Tidak mudah merawat televisi yang berbasis religi. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan informan. Berikut kutipan wawancaranya :

“Pada intinya memperkuat konten keIslaman, ke-NU-an tanpa meninggalkan tuntutan perubahan zaman. Sebagai tv religi yang berbasis ajaran aswaja Annadhliyah (NU), TV9 berusaha tetap mempertahankan ajaran tersebut. Seiring dengan waktu, maka perubahan diperlukan sepanjang untuk menunjang dakwah tersebut.” (Sururi, wawancara, 25 Januari 2019).

Perubahan itu sah-sah saja dilakukan demi kebaikan dan kelanjutan dakwah menggunakan media televisi. Berubah tidak harus mengubahnya secara keseluruhan. Hal yang dirasa kurang baik dirubah agar menjadi lebih baik demi kesuksesan berdakwah. Perubahan pemirsa juga patut diwaspadai agar bisa mengantisipasi dengan menghadirkan sesuatu yang inovatif dilayar kaca. Menurut Sururi kiswah (pengajian) memang segmennya untuk dunia pesantren. Ini misalnya kiswah berbasis kitab kuning

oleh Kyai Marzuki Mustamar atau Kyai Ghofur, dan Ada kiswah (pengajian) yang memang segmennya untuk perempuan, misalnya Apa kata bu Nyai (oleh Bu Nyai Uci), Kiswah female untuk perempuan menengah, dan lainnya. Jenis hiburan musik juga demikian ada musik religi gambus, musik religi lawas (umi kulsum, nasida ria) dan yang lumayan baru. Ada acara yang dekat anak muda, misalnya YKS (Yuk Kita Shalawatan), dimana segmennya adalah untuk anak muda agar suka shalawat. Dalam hal ini kreativitas dan keragaman program menjadi kunci (Santi, 2010).

Banyak sekali bentuk strategi TV9 dalam mengarungi kerasnya persaingan televisi. Untuk mendapatkan pemirsa setia tentunya. Selanjutnya, perubahan masyarakat NU sendiri sebagai basis pemirsa TV9 juga berubah, oleh karena itu perlu adanya variasi program yang bisa dinikmati oleh berbagai lapisan. Banyak sekali bentuk strategi TV9 dalam mengarungi kerasnya persaingan televisi. Untuk mendapatkan pemirsa setia tentunya bukan perkara mudah. Terlebih lagi menghadirkan program yang diminati pemirsa. Hal ini diperlukan kreatifitas tingkat tinggi. Sebagaimana di nyatakan oleh Sururi bahwa program-program yang menarik dan berkualitas dan di sukai banyak orang itu tergantung pada aspek-aspek sebagai berikut:

- 1) Program acara harus di isi oleh orang yang populer di masyarakat seperti Habib Syech dan Cak Nun dalam program Shalawat dan Banawa Sekar.
- 2) Konsep penyajiannya bagus dan kreatif
- 3) Kemudian variasi program seperti berita yang menginformasikan kegiatan NU.

Program-program TV9 yang Mengandung Nilai Aswaja

TV9 dalam mengembangkan setiap programnya mengandung nilai-nilai Aswaja, hal itu tercermin dalam prinsip program acaranya yakni konsep Hikmah (pesan lembut, non verbal namun penuh makna dan efektif), contoh pada program: Sinema (Film dokumenter islami, film anak, film timur tengah), music (religi gambus, yuk kita shalawatan, religi lawas). Mau'idzah Hasanah (pesan deskriptif, gamblang, mengarahkan, deskriptif, verbal, harus menarik, komunikatif), contoh pada program: Berita (Jurnal dan lensa Nahdliyin), talk show (hujjah Aswaja, bengkel keluarga sakinah, program religi), Mujadalah (pesan argumentative-persuasif, setara, dialog, partisipatif, tak menggurui) Prinsip Dasar Dakwah juga mengajarkan bahwa setiap manusia memiliki tugas kehidupan di dunia untuk: Menunjukkan dimana kebaikan

berada (yad'una ilal khairi), Menyerukan untuk melaksanakan kebaikan (Amar Ma'ruf), Menghindarkan dari kemunkaran (nahi munkar), contoh pada program: dialog interaktif, kiswah.

Berikut nilai-nilai *Ahlus Sunnah Wal Jama'ah* yang tercermin ke dalam program tayangan TV9:

- 1) Nilai Aswaja *at-Tawazun* (keseimbangan) tercermin dalam program TV9 yakni sinema, sinema merupakan tayangan hiburan yang di sediakan TV9 untuk masyarakat. Pada acara sinema sedikit berbeda dengan tayangan film atau sinetron pada acara televisi nasional. Sinema pada TV9 menayangkan film timur tengah, film dokumenter islami, film kartun dan film untuk anak. Hal ini merupakan strategi TV9 dalam mengonsep nilai Aswaja ke dalam programnya, bahwa TV9 tidak hanya melulu menayangkan ceramah dan berita akan tetapi juga harus seimbang termasuk tayangan hiburan terhadap masyarakat yakni program sinema.
- 2) Nilai Aswaja *at-Tasamuh* (toleran) tercermin dalam program TV9 yakni kiswah (apa kata Bu Nyai). Pada acara apa kata Bu Nyai, TV9 sangat toleran termasuk mengenai gender, dimana pada acara apa kata Bu Nyai tersebut yang menjadi *public speaking* adalah perempuan.
- 3) *At-Tawasuth* (moderat) tercermin dalam program music (tembang sahara, musik info, tangga lagu pesantren, shallu alan nabi, yuk kita shalawatan, dan religi gambus). Merupakan bentuk dari ekspresi Aswaja.

Vane-Gross mengatakan bahwa penentuan jenis program berarti menentukan atau memilih daya tarik (*appeal*) dari suatu program, dimana suatu program mampu menarik audiennya. Program merupakan suatu informasi yang tujuannya untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap suatu hal dan memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Sebuah program harus memiliki daya tarik agar mampu menarik perhatian pemirsanya dalam hal ini daya tarik pada program ini adalah dari informasi nya sendiri yang “di jual” kepada audien.

TV9 memiliki banyak program Islami yang berlandaskan Islam Ahlus Sunnah Wal Jama'ah dan TV9 dalam menyajikan tayangan programnya sangat di minati masyarakat terutama tayangan acaranya yang di rasa sangat pas untuk masyarakat, sebab TV9 memiliki beragam program yang sesuai dengan masyarakat. Hal ini sesuai dengan teori

use and gratification yang di katakan oleh Herbert Blumer, Elihu Katz dan Michale Gurevitch yakni penggunaan media yang lebih di kenal dengan *audiens* memainkan peranan aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut yang artinya manusia dalam hal *audiens*, khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu, dimana media dianggap berusaha untuk memenuhi kebutuhan khlayak disebut sebagai media yang efektif.

Teori Uses and Gratification (Teori kegunaan dan kepuasan) teori ini permasalahan utama pada bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak, tetapi lebih kepada bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Media ini menekankan bahwa konsumen media adalah aktif. Asumsi teori ini menjelaskan bahwa khalayak aktif dan penggunaan media berorientasi pada tujuan yang cukup jelas. Anggota khalyak dapat membawa tingkat aktivitas yang berbeda untuk penggunaan media. Denis MC Quail mengidentifikasi cara mengklarifikasikan kebutuhan dan kepuasan khalayak ini.

Klarifikasi tersebut mencakup pengalihan keluar dari rutinitas sehari-hari, hubungan personal yang terjadi ketika orang menggunakan media sebagai pengganti teman, identitas personal cara untuk menekankan nilai-nilai individu, dan pengawasan informasi mengenai bagaimana media akan membantu individu mencapai sesuatu. Pada intinya teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi. Artinya, manusia memiliki otonomi dan wewenang dalam memperlakukan media. Karena khalayak memiliki banyak alasan untuk menggunakan media. Selain itu konsumen mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana menggunakan media, lewat media mana dan bagaimana media itu berdampak pada dirinya. Karena mungkin saja media memiliki pengaruh yang jahat dalam kehidupannya.

Program TV9 yang mengandung nilai Aswaja:

1. Acara Kiswah (Kajian Islam Ahlus Sunnah Wal Jama'ah). Program kiswah sendiri adalah program unggulan dari TV9. Kiswah merupakan program yang popularitas dan jaringannya cukup luas di kalangan masyarakat, sebab kiswah dekat dengan pesantren dan majlis ta'lim. Kiswah sendiri di pimpin dan di isi oleh para mubaligh yang dalam dakwahnya sangat di senangi oleh masyarakat sebab para mubaligh di TV9 menjadikan Humor, cerita lucu, ibarat, sanepan, lagu, syi'ir atau untuk memahami masyarakat terhadap pesan dakwah yang sebenarnya

sangat dalam dan padat. Kiswah merupakan program Islami yang berisi sajian informasi yang bermanfaat menurut pandangan Islam serta di kemas secara modern mengikuti perkembangan zaman yang ada serta di pandu oleh para mubaligh. Untuk kiswah kitab kuning di pandu oleh KH Marzuki Mustamar, kiswah (pengajian) untuk perempuan misalnya Apa kata BU Nyai di pandu oleh Bu Nyai Ucik, kiswah event di dilaksanakan oleh masyarakat/komunitas Aswaja sebagaimana yang ada di pesantren.

2. **APA KATA BU NYAI:** Program acara Kiswah yang dipandu oleh Ibu Nyai Ucik Nur Hidayati, dengan format pengajian wanita, dengan jamaah dan presenter untuk membahas dan mengkaji permasalahan yang sering timbul di lingkungan kehidupan masyarakat. Cara Nyai Ucik membawakan materi, sangat khas para Ibu nyai pesantren, lengkap dengan selingan humor dan lantunan shalawat dan nyanyian dan keagamaan.
3. **SINEMA RELIGI:** Program penayangan film yang diangkat dari Kisah-kisah dalam Alqur'an dan sejarah perkembangan Islam di Dunia. Dengan menggunakan dialog asli berbahasa Arab, program ini diharapkan bisa mempopulerkan bahasa arab sebagai bahasa alqur'an serta mengajak pemirsa mengikuti kembali sejarah Islam dan isi kandungan Alqur'an untuk bekal menjalani kehidupan di masa yang akan datang.
4. **MUSIC INFO:** Program Music Yang menyuguhkan video music dari manca Negara, yang di lengkapi dengan info-info music, style, gaya hidup dan pergaulan anak muda masa kini, dibahas oleh presenter yang selalu memberikan warning akan batasan-batasan dalam pergaulan anak muda masa kini.

KESIMPULAN

Dari penelitian yang penulis lakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdirinya TV9 diawali dari rasa keprihatinan dan kepedulian dari tiga kader NU yakni, H Misbahul Munir, Hakim Jayli, Ahmad Taufik Arsyeb yang merasakan kegelisahan bersama mengenai problem moral akibat tayangan televisi. Serta mimpi untuk membuatkan televisi bagi pesantren dan Nahdlatul Ulama. TV9 sebelum bersiaran di Surabaya seperti sekarang ini, dulunya bersiaran di Pasuruan dan bernama PASTV. PASTV berdiri pada tahun 2006 dan bertahan hingga tahun 2009. Pada tahun 2009 PASTV berhenti karena tidak ada biaya

dan kehabisan modal dan tidak ada pemasukan pendapatan dari sponsor. Sehingga pada tahun 2010 PASTV sebagian saham PASTV di hibahkan kepada PWNU JATIM dan nama PASTV kemudian di ubah menjadi TV9. Serta kantornya di pindah ke Surabaya, di kantor PWNU JATIM di Jl. Raya Darmo No 96.

2. Program-program TV9 mengalami perkembangan yang pesat, baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Pada awal berdirinya PASTV hanya memiliki 2 program yakni kiswah dan ceplas-cepls news kemudian mengalami penambahan program ketika menjadi TV9 yakni 5 konten program, kiswah, talk show, news magazine, music, dan sinema. Secara kualitatif, program-program yang di tawarkan TV9 lebih bervariasi terutama banyak yang fokus pada penguatan nilai-nilai ke Aswajaan. PASTV memiliki pemancar 2000 watt dan bersiaran di kanal 42 UHF dengan cakupan wilayah Pasuruan, Surabaya, Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Jombang dan Malang. Sedangkan pada TV9 memiliki pemancar 20.000 watt dan bersiaran di kanal 42 UHF dan 44 UHF, kanal 42 UHF mencakup wilayah (Surabaya, Pasuruan, Gresik, Kediri, Tulungagung, Malang, Mojokerto, dan Jombang, sedangkan kanal 44 UHF wilayah (Madura, Jember, Situbondo, Probolinggo, dan Lumajang). PASTV memiliki memiliki 1 (satu mobil) yang di gunakan untuk penyiaran, 3 (tiga) unit kamera SONY HDV, 6 unit TV monitor, switcher video, Audio mixer dan speaker, 3 (unit) computer, peralatan *lighting*, alat komunikasi dan mengalami penambahan fasilitas ketika menjadi TV9 memiliki 3 (tiga mobil) yang di gunakan untuk penyiaran, 12 (dua belas)) unit kamera SONY HDV, 10 unit TV monitor, switcher video, Audio mixer dan speaker, 10 (unit) computer, peralatan *lighting*, dan alat komunikasi.
3. Program-program TV9 hampir semuanya bertujuan untuk menjaga, mengembangkan, menyebarkan, dan melestarikan nilai-nilai KeAswajaan. nilai *at-Tawazun* (keseimbangan) tercermin dalam program sinema, nilai *at-Tasamuh* (toleran) tercermin dalam program kiswah (apa kata Bu Nyai), dan nilai *at-Tawasuth* (moderat) tercermin dalam program music (tembang sahara, musik info, tangga lagu pesantren, shallu alan nabi, yuk kita shalawatan, dan religi gambus).

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Abdurrahman, Dudung. *Metodelogi Penelitian sejarah Islam*. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2011.

_____. *Metodelogi Penelitian Sejarah*. Yogyakarta: Arruz Media, 2007.

Djamal, Hidajanto dan Fachruddin, Andi. *Dasar-dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Jakarta:Kencana, 2013.

Eriyanto. *Analisis Naratif*. Jakarta:Prenada Media Group, 2013.

Iswandi, Syaputra. *Rezim Media*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2013.

Jayli, Hakim. *Company Profile 2019*. Surabaya:TV9, 2019.

Jayli, Hakim. *Televisi Kaum Santri TV9*, Surabaya:TV9, 2013.

Khaidar, Ali. *Nahdlatul Ulama dan Islam Indonesia; Pendekatan Fiqih dalam Politik*. Jakarta: Gramedia, 1995.

Morrison. *Media penyiaran, strategi mengelola radio dan televisi*. Tangerang: Ramdina Perkasa, 2005.

Notosusanto, Nugroho. *Masalah Penelitian Sejarah Kontenporer*, Jakarta:Balai Pustaka, 1978.

Siradj, Said Aqil. *Ahlussunnah wal Jama'ah; Sebuah Kritik Historis*. Jakarta: Pustaka Cendikia Muda, 2008.

Suminto, Aqib. *Problematisa Dakwah*. Jakarta: Panji Islam, 1993.

Suryanto, Bagong. *Metodelogi Penelitian Sejarah: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta:Kencana, 2007.

Wawancara

H Misbahul Munir. Wawancara. Surabaya, 12 Februari 2019.

Jayli, Hakim. Wawancara. Surabaya, 26 Januari 2019.

Sururi. Wawancara, Surabaya. 21 Februari 2019.

Skripsi

Machrus, Mohammad, "*Eksistensi TV9 sebagai Media Dakwah (Strategi mengukuhkan Eksistensi TV9 Surabaya sebagai Media Dakwah)*". Skripsi:UINSA, 2016.

Purwanti, Santi Sangga, "*Sikap Pemirsa tentang Acara Dakwah Kajian Islam Aswajahl (KISWAH) Di TV9*". Skripsi:UINSA, 2010.

Rahardian, Tsalis Rahmi, "*Manajemen Media Televisi TV9 Nusantara: Antara Bisnis dan Dakwah dalam Perspektif Ekonomi Media*". Skripsi:UINSA, 2018.

Shobah, M. Darojatus, "*Strategi TV9 dalam mengendalikan Eksistensi siaran Kiswah dzikir Rahmatan lil Alamin*". Skripsi:UINSA, 2018.

Jurnal

H. Istanto, Freeddy, "*Peran Televisi dalam masyarakat citraan dewasa ini Sejarah, Perkembangan dan Pengaruhnya*", 2 Juli 1999.

Internet

<https://brainly.co.id/tugas>, pada tanggal 18 Januari 2018 Pukul 9.29 WIB.