

**EKSISTENSI TV9 SEBAGAI MEDIA DAKWAH ERA MEDIA SIBER**

**TESIS**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Magister dalam Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

Nurul Azizah

NIM.02040722021

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2023

**PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nurul Azizah

NIM : 02040722021

Program : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Institusi : Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 04 Januari 2024

Yang menyatakan,

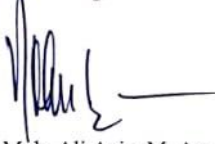


Nurul Azizah

## PERSETUJUAN TESIS

Tesis yang berjudul “Eksistensi TV9 sebagai Media Dakwah Era Media Siber” yang ditulis oleh Nurul Azizah telah disetujui pada tanggal 26 Desember 2023.

**Pembimbing I**



Prof. Dr. H. Moh. Ali Aziz, M. Ag  
NIP. 195706091983031003

**Pembimbing II**



Dr. Hj. Lilik Hamidah, S. Ag, M.Si  
NIP. 197312171998032002

## PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Tesis yang berjudul “Eksistensi TV9 sebagai Media Dakwah Era Media Siber” yang ditulis oleh Nurul Azizah telah diuji dalam ujian tesis pada tanggal 02 Januari 2024.

Tim Penguji:

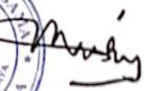
1. Prof. Dr. H. Moh. Ali Aziz, M. Ag (Ketua)
2. Dr. Hj. Lilik Hamidah, S. Ag, M.Si (Sekretaris)
3. Dr. H. Sunarto, AS, M.El (Penguji)
4. Dr. H. Abdullah Sattar, M.Fill.I (Penguji)



Surabaya, 01 Februari 2024

Direktur,



  
Prof. Masdar Hilmy, S.Ag., MA, Ph.D  
NIP.197103021996031002



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nurul Azizah  
NIM : 02040722021  
Fakultas/Jurusan : Pascasarjana/Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam  
E-mail address : noerulazzh@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Eksistensi TV9 sebagai Media Dakwah Era Media Siber

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 04 Januari 2024

Penulis

(Nurul Azizah)

## ABSTRAK

Azizah, Nurul. 2024. Eksistensi TV9 sebagai Media Dakwah Era Media Siber. Tesis Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam. Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Fenomena dakwah melalui jejaring sosial internet beberapa tahun terakhir ini, membuat media televisi menjadi terdesak dan berkurang eksistensinya, terutama bagi stasiun televisi dakwah. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis bagaimana strategi yang diterapkan oleh TV9 untuk mempertahankan eksistensi sebagai media dakwah di era media siber? dan apa saja faktor pendukung dan tantangan yang dihadapi oleh TV9 sebagai media dakwah pada era media siber?

Metode penelitian dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dihasilkan melalui proses observasi, dokumentasi, dan wawancara. Selanjutnya data direduksi dan dianalisis dengan teori Mediamorfosis Roger Fidler dan teori Ekonomi Politik Media Vincent Moskow.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat strategi yang diterapkan oleh TV9 untuk mempertahankan eksistensinya sebagai media dakwah di era media siber; *Pertama*, penerapan strategi transformasi berupa konvergensi media, implementasi dari strategi ini yaitu dengan menerapkan konsep *Multichannel*, dan *Multiplatform*. *Kedua*, penerapan strategi transformasi komodifikasi, Adapun komodifikasi yang dilakukan yaitu komodifikasi konten dan komodifikasi khalayak. *Ketiga*, penerapan strategi transformasi spesialisasi, baik spesialisasi vertikal maupun horizontal. *Keempat*, penerapan strategi transformasi strukturasi dalam bisnis media.

Adapun faktor pendukung yang dihadapi TV9 sebagai media dakwah di era media siber yaitu; (1) Brand TV9 sebagai televisi religi sudah kuat di kalangan masyarakat. (2) Kecanggihan teknologi media informasi dimanfaatkan oleh TV9 untuk melebarkan sayap melalui channel dan platform-platform yang ada era media siber. (3) Doa dari para ulama juga menjadi pendukung bagi TV9 untuk menjalankan visi misinya.

Sedangkan tantangan yang dihadapi sebagai berikut; (1) sebagai televisi dakwah, program TV9 ini kurang diminati di era media siber (2) tantangan dari faktor Etik dan nilai (3) TV9 merupakan industri televisi berbasis dakwah pertama di Indonesia, sehingga TV9 harus banyak menyesuaikan diri antara teori-teori dakwah dengan teori komunikasi. (4) Pengeditan atau pemotongan program TV9 yang dilakukan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab.

**Kata Kunci: Eksistensi TV9, Media Dakwah, Strategi**

## ABSTRACT

Azizah, Nurul. 2024. The Existence of TV9 as a Da'wa Media in the Cyber Media Era. Master Thesis. The Department of Communication and Islamic Broadcasting. Postgraduate, Islamic State University of Sunan Ampel Surabaya.

The phenomenon of da'wah through internet social networks in recent years has pushed television media into decline and reduced its existence, especially for da'wah television stations. The aim of this research is to analyze what strategies are implemented by TV9 to maintain its existence as a da'wa media in the cyber media era? and what are the supporting factors and challenges faced by TV9 as a da'wa media in the cyber media era?

The research method in this research is qualitative with a descriptive approach. Data was generated through a process of observation, documentation and interviews. Next, the data was reduced and analyzed using Mediamorphosis theory from Roger Fidler and Economy Political Media theory from Vincent Moskow.

The results shown that there are four strategies applied by TV9 to maintain its existence as an indifferent media in the Cypriot media era; First, applying a transformation strategy is media convergence, implementing this strategy is by applying the concept of Multichannel, and Multiplatform. Secondly, the application of a strategy for the transformation of the commodification, as well as the commodification that is done is the commodification of content and the commodification of the public. Thirdly, the application of a strategy of spatialisation transformation, either vertical or horizontal. Fourth, applying a strategy of transformation structure in the media business.

The supporting factors faced by TV9 as a da'wah media in the cyber media era are; (1) TV9's brand as religious television is already strong among the public. (2) Sophisticated information media technology is utilized by TV9 to expand its wings through channels and platforms in the cyber media era. (3) Prayers from the ulama also support TV9 in carrying out its vision and mission.

Whereas the challenge is as follows; (1) as a da'wa television, TV9 programs are less popular in the cyber media era (2) the challenge of ethical factors and value (3) TV9 is the first charged-based television industry in Indonesia, so TV9 has to adapt much between charged theories and communication theories. (4) Editing or cutting the TV9 program by non-responsible oknum.

**Keywords: TV9 Existence, Da'wa Media, Strategy**



## المستخلص

العزيزة، نور. ٢٠٢٤. وجود 9TV كوسيلة للدعوة في عصر الوسائط الرقمية. رسالة ماجستير في برنامج الاتصال والإذاعة الإسلامية. برنامج الدراسات العليا في جامعة السونان أمبيل الإسلامية سورابايا.

ظاهرة الدعوة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الإنترنت (وسائل الإعلام الرقمية) في السنوات القليلة الماضية، جعلت وسائل الإعلام التلفزيونية تتنافس وتتضاءل وجودها، خاصة بالنسبة لمحطات الدعوة التلفزيونية. هدف هذا البحث هو تحليل الاستراتيجيات المتبعة من قبل 9 TV للحفاظ على وجودها كوسيلة للدعوة في عصر الوسائط الرقمية؟ وما هي العوامل الداعمة والتحديات التي تواجهها 9 TV كوسيلة للدعوة في عصر الوسائط الرقمية؟

هذا البحث هو بحث ميداني بنهج وصفي نوعي. تم جمع البيانات من خلال عمليات المراقبة، التوثيق، والمقابلات. بعد ذلك تم تقليل البيانات وتحليلها باستخدام نظرية التحول الإعلامي لروجر فيدلر (ونظرية الاقتصاد السياسي لوسائل الإعلام لفرنسنست موسكو)

نتائج البحث تشير إلى وجود أربعة استراتيجيات تطبقها 9TV للحفاظ على وجودها كوسيلة للدعوة في عصر الوسائط الرقمية: الأولى، تطبيق استراتيجية التحول من خلال تحول وسائل الإعلام، حيث تُطبق هذه الاستراتيجية من خلال تطبيق مفهوم القناة المتعددة والمنصة المتعددة. الثانية، تطبيق استراتيجية التحول من خلال تحول السلعة، حيث يتم ذلك من خلال تحويل المحتوى إلى سلعة وتحويل الجمهور إلى سلعة. الثالثة، تطبيق استراتيجية التحول من خلال التخصيص المكاني، سواء كان التخصيص رأسياً أو أفقياً. الرابعة، تطبيق استراتيجية التحول من خلال تهيئة الهيكل في الأعمال الإعلامية.

أما العوامل الداعمة التي تواجهها 9TV كوسيلة للدعوة في عصر الوسائط الرقمية فهي كالتالي: (1) العلامة التجارية لـ 9TV كتلفزيون ديني قوية بين الناس. (2) يستغل 9TV تقنيات وسائل الإعلام المتطورة لتوسيع نطاقها من خلال القنوات والمنصات المتاحة في عصر الوسائط الرقمية. (3) يُعتقد أن الدعاء من قبل العلماء الدينيين يعتبر داعماً لـ 9TV في تحقيق رؤيتها ومهمتها.

أما التحديات التي تواجهها فهي كالتالي: (1) كتلفزيون ديني، برنامج 9TV غير مطلوب بشكل كاف في عصر الوسائط الرقمية. (2) التحديات الناجمة عن الأخلاقيات والقيم. (3) 9TV هي أول صناعة تلفزيونية مبنية على الدعوة في إندونيسيا، لذا يجب على 9TV التكيف بين نظريات الدعوة ونظريات الاتصال بشكل كبير. (4) تحرير أو قص برامج 9TV من قبل أشخاص غير مسؤولين.

الكلمات الرئيسية: وجود 9TV ، وسائل الإعلام الدعوية، الاستراتيجيات.



## DAFTAR ISI

<b>COVER</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN TESIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMA TRANSLITERASI .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>المستخلص .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kegunaan Penelitian.....	7
F. Metode Penelitian.....	8
G. Sistematika Pembahasan.....	12
H. Rencana Kerangka Tesis.....	13
<b>BAB II KAJIAN TEORETIK</b>	
A. Kajian Konseptual.....	16
1. Strategi dalam Komunikasi.....	16
2. Televisi sebagai Media Komunikasi Massa.....	19
3. Media Dakwah dalam Perspektif Islam .....	21
4. Televisi sebagai Media Dakwah .....	24

5. Ruang Informasi Media Siber.....	26
B. Kajian Teoretik .....	29
1. Teori Mediamorfosis Roger Fidler .....	29
2. Teori Ekonomi Politik Media Vincent Moskow.....	33
C. Kajian Penelitian Terdahulu .....	37
D. Kerangka Pikir Penelitian .....	46
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PENELITIAN</b>	
A. Profil TV9 Surabaya .....	47
B. Profil Informan .....	61
<b>BAB IV</b>	
A. Deskripsi TV9 sebagai Televisi Religi di Era Media Siber .....	64
1. Penyajian Data Penelitian .....	64
a. Strategi TV9 dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Media Siber .....	64
b. Faktor Pendukung dan Tantangan yang dihadapi oleh TV9 sebagai Media Dakwah pada Era Media Siber.....	76
2. Analisis Data.....	80
a. Temuan dan Pembahasan.....	84
1) Pembahasan Temuan dengan Teori Mediamorfosis .....	84
2) Pembahasan Temuan dengan Teori Ekonomi Politik Media.....	86
3) Pembahasan Temuan dengan Media Dakwah dalam Perspektif Islam...	91
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	94
B. Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Abidin Achmad, Zainal. *Review Buku Mediamorphosis: Understanding New Media by Roger Fidler*. Surabaya: UPN Veteran, 2020.
- Adila, Isma., Arif Budi Prasetya, *Ekonomi Politik Media: Sebuah Realitas Industri Media di Indonesia*. Malang: UB Press, 2020.
- Ali Aziz, Moh. *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Jakarta: Amzah, 2009.
- Ali Aziz, Moh., Ahmad Ainul Yaqin, *Al Da'watu Manahiju wa A'saaliybu* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019),
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Agung Harahap, Machyudin. *Kapitalisme Media: Ekonomi Politik Berita dan Diskursus Televisi*. Yogyakarta: Aura Pustaka, 2013.
- Efendi, Nurlis. *Hukum Pers dan Etika Jurnalistik di Era Digital*. Lampung: UPPM Universitas Malahayati, 2022. 135.
- Eko Agustinova, Danu. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Calpulis, 2015.
- F.A, Hayek. *kesombongan Fatal, Kecacatan Sosialisme*, Terjemah oleh Renanda Yefi Atolah dengan Judul Asli: *The Collected of F.A*. Yogyakarta: BasaBasi, 2020.
- Fadjarani, Siti, dkk. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner*. Gorontalo: Idea Publishing, 2020.
- Fakhry Zaman, Firdaus. *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Fidler, Roger. *Mediamorphosis: Understanding New Media*. California: Pine Forge Press, 1997.
- Fitrah, Muh, dan Luthfiyah. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, & Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak, 2017.
- Heryanto, Gun Gun. *Komunikasi Politik di Era Industri Citra*. Jakarta: PT. Laswell Visitama, 2010.
- Heryensuz, dkk. *Manajemen Strategi*. Sumatra: Mafy Media Literasi Indonesia, 2023.
- Jasafat. *Konvergensi Media Dakwah*. Aceh: Ar-Raniry Press, 2020.

- Jayli, Hakim. *Televisi Kaum Santri, Konsep Baru Bisnis dan Tayangan di Era TV Digital*. Surabaya: TV9 Surabaya, 2013.
- J Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Moskow, Vincent. *the Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. London: Sage Publication, 1996.
- Munir Amin, Samsul. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2013.
- Nasrulloh, Rulli. *Teori dan Riset Media Siber: Cybermedia*. Jakarta: Kencana, 2022.
- Nasution, S. *Metode research : Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Nugroho, Catur. *CyberSociety: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Jakarta: Kencana, 2020.
- Nursih Wahyuni, Isti. *Komunikasi Massa* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014).
- Pandrianto, Nigar. dkk. *Digitalisasi dan Humanisme dalam Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2020.
- Purwanto, Anim. *Konsep Dasar Penelitian Kualitatif: Teori dan Contoh Praktis*. NTB: P4I, 2022.
- Rukin. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Surabaya: Jakad Media Publishing, 2021.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharsimi, Arikunto. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara, 2006.
- Salusu, J. *Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Non Profit*. Jakarta: Grasindo, 2006.

#### **Jurnal:**

- Ayu Chandra Agustin, Dinar. “Analisis Resepsi Program Acara Dakwah di Televisi,” *Jurnal Promedia*, Vol.6, No.2 (2020), 394.
- Basri, Hasan, dkk. “Konsep Dakwah Media Sosial dalam Al-Qur’an: Studi Tafsir Surah An Nahl Ayat 125,” *Jurnal Ilmiah: Cendika Muda Islam*, Vol.3, No.1 (2023), 31.
- Budiman Sudarsono, Achmad., Helen Olivia, “Mediamorfosis Industri Media Televisi: Studi Lembaga Bisnis EMTEK pada Platform Digital Vidio.com,” *Jurnal Commentate*, Vol.2, No.1 (Juni, 2021), 2.

- Dey Prayoga, Moh, Elly Nur Agustin. "Trandformasi Strategi Media Televisi Lokal JTV Surabaya di Era Digitalisasi dan Konvergensi Media," *Jurnal Penelitian Komunikasi*, Vol.3, No.3 (2023), 55.
- Effendy,Erwin. dk, "Sejarah Perkembangan Televisi dan Perannya sebagai Media Dakwah Islam," *Jurnal Dawatuna*, Vol.3, No.4 (2023), 723.
- Fantini, Fantini., Rousdy Safari Tamba. "Mediamorfosis Edukasi Informal Online melalui Platform Digital sebagai Peluang Bisnis Baru," *Jurnal Majalah Ilmiah Bijak*, Vol.17, No.1 (Maret 2020), 122.
- Gatot Haryono, Cosmas. *Kajian Ekonomi Politik Media: Komodifikasi Pekerja dan Fetisisme Komoditas dalam Industri Media*. Sukabumi: CV Jejak, 2019.
- Hanifah, Rifka, dkk. "Komodifikasi, Spasialisasi, dan Strukturasi dalam Instagram" *Jurnal Komunikatio*, Vol.7, No.1 (April 2021), 5.
- Haqu, Rizka, Firdaus Azwar Erysyad, "Eksistensi Media Televisi Era Digital di Kalangan Remaja," *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* Vol.22, No.1 (Juni, 2020), 38.
- Jauhari, Minan. "Aktivisme Dakwah Siber di Tengah Konvergensi Media Digital," *Jurnal Dakwatuna*, Vol.7, No.2 (Agustus, 2021), 213.
- Langitta Setiawan, Yasha., dkk. "Strategi Komunikasi Inews TV Padang dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital," *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, Vol.8, No.1 (Januari, 2023), 49.
- Nugroho,Aditya., Mulharnetti Syas, "Mediamorfosis TV One pada Era Media Baru." *Jurnal Ranah Komunikasi*, Vol.3, No.1 (2019), 23.
- Nurliana, "Televisi sebagai Media Dakwah Islam dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia," *Jurnal Peurawi*, Vol.3, No.1 (2020), 124.
- Pransiska,Yulmi. dkk, "Strategi Gatra Sumbangsel dalam Mempertahankan Eksistensi Media Informasi di Era New Media," *Jurnal JKOMDIS*, Vol.3, No.2 (Juli, 2023), 421.
- Revolusi, Prabu." the Construct of the New Media Communication Domain as Television Broadcast Mediamorphosis Output (Television Morphosis)" *IJESSS*, Vol.3, No.3 (2022), 744.
- Ridwan Budhi Prasetyo Nugroho, Adhitya, Umi. "Komunikasi Dakwah Islam pada Masyarakat Milenial di Era Globalisasi," *Indonesian Community Development Journal*, Vol.4, No.1 (Juni, 2023), 34.

Sinta Pratiwi, Clara. "Platform Tiktok sebagai Representasi Media Dakwah di Era Digital," *Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, Vol.2, No.1 (gustus 2022), 57.

Yudi Prasetyo, Eko. dkk, "TV9 sebagai Media Islam Aswaja Perspektif Intitution" *Jurnal Virtu*, Vol.2, No.1 (2022), 39.

**Tesis:**

Bilqis, Muthia. "Mediamorfosis di Era Digital: Studi Kasus Fajar Sumatera Provinsi Lampung" Tesis -- Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2021.

Sugiya, Aritasius. "Strategi Transformasi Konvergensi Media: Studi Kasus Grand Strategy Harian Kompas," Tesis – Universitas Indonesia, Jakarta, 2012.

Rahmawati, "Peluang dan Tantangan Dakwah di Era Teknologi Modern: Studi pada Media Radio Dewi Anjani 104.6 FM Lombok Timur" Tesis -- UIN Mataram, NTB, 2021.

Rijal, Ahsanul. "Tuan Guru di Era Media Sosial: Studi Fenomenologi terhadap Pemanfaatan Komunikasi Dakwah Tuan Guru di Lombok Timur" Tesis -- UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2019.

**Disertasi:**

Ernawati, "Disrupsi Media Baru terhadap Media Arus Utama: Studi tentang Surat Kabar Harian Fajar dan Tribun Timur di Kota Makassar" (Disertasi – Universitas Hasanuddin, Makassar, 2022), 8.

**Website:**

"5 Tahapan Manajemen Strategis yang Penting diketahui Manajer"; <https://lpm.uma.ac.id/5-tahapan-manajemen-strategis-yang-penting-diketahui-manajer/>; diakses pada tanggal 26 November 2023.

Administrator, "Industri Televisi Hadapi Tantangan di Era Digital," <https://ugm.ac.id/id/berita/11575-industri-televisi-hadapi-tantangan-di-era-digital> diakses pada 9 Oktober 2023.

Firma, Arya. " Sejarah dan Profil TV9 Surabaya," <https://seputar-televisi.blogspot.com/2014/12/sejarah-dan-profil-tv9-surabaya>; diakses pada tanggal 14 September 2023.



- Fungsi Komunikasi Massa” <https://ilmukomunikasi.uma.ac.id/2022/02/08/fungsi-komunikasi-massa-3/>; diakses pada Tanggal 02 Desember 2023.
- “Fungsi Media Massa tak Sekedar Hiburan,” <https://blog.tempoinstitute.com/berita/fungsi-media-massa/>; diakses pada tanggal 02 Desember 2023.
- Kemendikbud, “Industri Televisi dan Radio di Indonesia Tetap Berkembang di Era Digital,” <https://kemendikbud.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/industri-televisi-dan-radio-di-indonesia-tetap-berkembang-di-era-digital>; diakses pada tanggal 14 September 2023.
- Mislam. “Peran Media dan Da’i dalam Menyiarkan Agama Islam,” <https://birokera.babelprov.go.id/content/peran-media-dan-dai-dalam-menyiarkan-agama-islam>; diakses tanggal 14 September 2023.
- “MQTV Bangkrut karena Kedodoran Biaya Anak Perusahaan,” <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-1023551/mqtv-bangkrut-karena-kedodoran-biaya-anak-perusahaan> diakses pada 10 Oktober 2023.
- “TV9 Nusantara.” [https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/TV9\\_Nusantara](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/TV9_Nusantara); diakses pada tanggal 29 September 2023.
- “TV9 Nusantara Kembali Raih the Best National Religious Television Channel of the Year 2023,” <https://jurnal9.tv/peristiwa/tv9-nusantara-kembali-raih-the-best-national-religious-television-channel-of-the-year-2023/>; diakses pada tanggal 9 Oktober 2023.
- V, Novi. “Pengertian Strategi serta Jenis, Tujuan dan Contohnya,” <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-strategi/>; diakses pada tanggal 26 November 2023.
- “Yuk, Kenali Manfaat dan Fungsi Televisi”, <https://aquaelektronik.com/article/detail/582/ini-dia-manfaat-dan-fungsi-televisi>; diakses pada tanggal 02 Desember 2023.

### **Wawancara:**

Cahyono, Nur. *Wawancara*, Surabaya. 15 November 2023

Hambali, Imam. *Wawancara*, Surabaya, 07 Desember 2023

Jayli, Hakim. *Wawancara*, Surabaya. 08 Desember 2023.



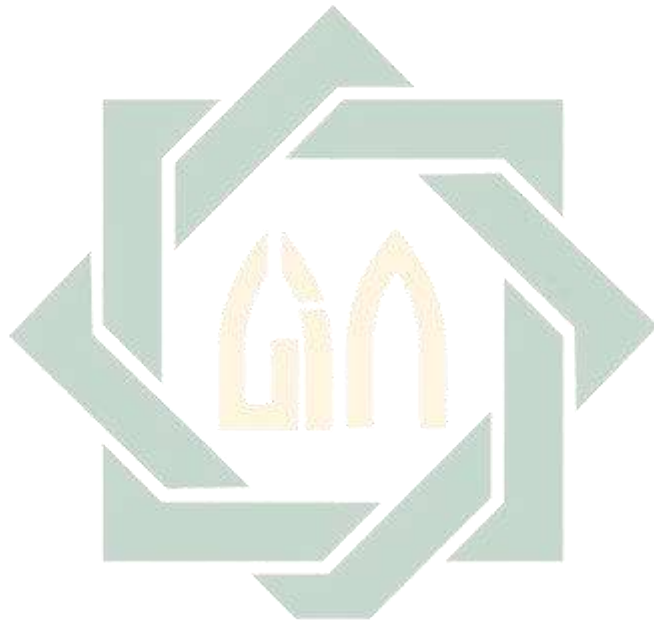
Kiswanto, *Wawancara*, Surabaya. 07 Desember 2023.

Sururi, Muhammad. *Wawancara*, Surabaya, 13 Oktober 2023.

Wahyu, Farid. *Wawancara*, Surabaya. 07 Desember 2023.

**Al-Qur'an:**

Al-Qur'an, 27:28-31.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A