

Available online at JSJ: Jurnal Studi Journalistik
<http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/jsj>
JSJ: Jurnal Studi Journalistik, 2 (1), 2020, 45-71

Perubahan Paradigma Dakwah: Perspektif Ekonomi Politik Media

Siti Aisyah
alcraftart@gmail.com
Umaimah Wahid
umaimah.wahid@budiluhur.ac.id
Magister Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur

Abstrak

Perubahan media dalam berdakwah berlangsung seiring dengan perubahan teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet. Aktivitas dakwah yang sebelumnya melalui mimbar-mimbar dan media konvensional bermigrasi ke media berbasis internet. Salah satu media dakwah yang memfokuskan berdakwah menggunakan media baru adalah Al-Barjah TV. Penelitian ini menggunakan teori ekonomi politik media, dan dilengkapi dengan konsep tv-streaming, media baru, dan paradigma dakwah. Pendekatan kualitatif dan metode studi kasus tipe kasus tunggal holistik, dengan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi. Hasil penelitian menjelaskan bahwa perubahan paradigma terjadi dan mau tidak mau harus diterapkan dalam aktivitas dakwah, yang semua bersifat konvensional mengadopsi teknologi media berbasis internet. Al-Barjah TV adalah salah satu media dakwah menggunakan konsep *streaming-television*, dan ditunjang dengan menggunakan sosial media seperti facebook dan Instagram untuk memudahkan interaksi langsung dengan umat. Perubahan paradigma media dalam berdakwah sangat disukai oleh masyarakat dan membuat proses dakwah lebih fleksibel. Interaksi dan diskusi dengan umat juga semakin terbuka. Oleh karenanya, dalam era media baru, berdakwah tidak mungkin hanya menggunakan media lama, melainkan harus migrasi ke media baru yang juga menciptakan pasar dengan nilai ekonomi baru bagi aktivitas dakwah.

Kata Kunci: Paradigma Dakwah, Al-Bahjah TV, Ekonomi Politik, TVLive Streaming

Permalink/DOI: <http://doi.org/10.15408/jsj.v2.14551>

PENDAHULUAN

Usaha dakwah hendaknya dilakukan secara sadar dengan tujuan untuk terbentuknya individu dan keluarga yang bahagia (*khayr al-usrah*) dan masyarakat atau umat yang terbaik (*khay ul-ummah*), dengan cara taat menjalankan ajaran Islam yang bisa dilakukan melalui bahasa lisan, tulisan, maupun perbuatan/keteladanan (Rasyidi, 2014:45). Islam berusaha untuk terus berdakwah menyebarkan dan menyiarkan ajarannya dengan berbagai cara termasuk dengan menggunakan media elektronik seperti radio dan televisi. Kemajuan teknologi yang terus berkembang di zaman ini, mendorong industri media elektronik untuk mengembangkan dan juga beralih menjadi media *live streaming* sehingga dapat dinikmati oleh berbagai khalayak kapanpun dan dimanapun. Dari sekian banyaknya media komunikasi yang ada, televisi masih menjadi pilihan yang dominan di masyarakat untuk mendapatkan informasi.

Saluran televisi analog dan digital yang sebelumnya ada kini berkembang menjadi televisi internet (*TVLive streaming*). *TVLive streaming* adalah situs web yang memiliki tayangan video dengan konsep yang matang, selalu melakukan pembaharuan, dinamis, mengikuti perkembangan teknologi yang terjadi di lingkungan sekitar, dan dapat diakses oleh publik secara bebas dan dengan berbagai macam pendistribusiannya. Masyarakat dapat mengakses *TVLive streaming* ini hanya dengan menghubungkan komputer pribadi atau *mobile phone* dengan koneksi internet. Teknik penyiaran *TVLive streaming* memiliki kelebihan utama yaitu akses *TVnon stop* 24 jam. Selain itu,

pengguna *TVLive streaming* tidak perlu khawatir ketinggalan program acara dikarenakan dapat diakses di manapun.

Perkembangan media atau diversifikasi ini mengakibatkan perubahan paradigma di mana awalnya media dakwah sebelumnya memiliki jadwal tayang dengan versi analog hanya hanya dapat dinikmati melalui radio dan televisi analog atau digital dengan frekuensi, sinyal dan channel yang terbatas oleh wilayah dan daerah, tetapi kini dapat dinikmati dengan koneksi internet melalui media komputer atau *mobile phone* di manapun dan kapan pun. Perubahan tersebut dapat dilihat secara signifikan pada aspek frekuensi, mekanisme kerja, operasional maupun konten isi yang ada pada media tersebut.

Sebuah perubahan paradigma setidaknya digagas dan dirancang dengan maksud untuk mengganti paradigma sebelumnya yang pernah ada dan tidak lagi memadai. Perubahan paradigma merupakan titik pijak dalam membangun konstruksi pemikiran dan cara memandang sebuah persoalan yang akan mempengaruhi dalam sikap dan perilaku sosial. Perubahan merupakan implikasi logis dari ketergantungan industri media pada perkembangan teknologi komunikasi. Menurut Thomas Kuhn, konsep paradigma memiliki cakupan makna yang sangat luas, sebab setiap manusia memiliki cara pandang berbeda tentang berbagai realitas yang berbeda mengenai ekonomi, politik, agama dan persoalan lainnya. Semua itu merupakan sistem kepercayaan yang implisit dalam benak pikiran manusia saat ia berpikir.¹

¹John, L, Eposito. *The Oxford Encyclopedia od The Modern Islamic*. World. New York. 1995. Hal 218

Ketetapan ini juga berlaku bagi dakwah di media *TVLive streaming*. Perubahan paradigma program yang ada pada TV dakwah harus memuat pembaharuan dalam penayangan dan penampilannya. Hal ini menyangkut setidaknya 4 (empat) macam hal pokok, yaitu perubahan dan pembaharuan mengenai konsep dakwah, perluasan dan penguatan jaringan atau kerjasama dengan lembaga yang bergerak di bidang dakwah, penguatan dana primer dan sekunder untuk mendanai program dakwah, dan peningkatan kualitas dan kuantitas dai, khususnya yang sudah terkenal di media *TVLive streaming*.

Keberadaan internet dan *TVLive streaming* sebagai media dakwah, setidaknya menjadi tatanan baru dalam menyampaikan keilmuan dalam memberikan pendidikan dalam ilmu agama. Dan para ulama, dai dan para pemimpin Islam sudah menyadari dan melakukan langkah-langkah baru untuk menjaga dan memberikan pendidikan kepada generasi muda untuk siap dan matang dalam menghadapi serangan negatif dari media internet. Langkah berdakwah melalui media internet atau *TVLive streaming* diharapkan dapat melahirkan perubahan yang berarti bagi kemajuan akhlak umat dan bangsa. Untuk itu, TV dakwah yang telah mengalami perkembangan harus disajikan dengan cara dan metode yang tepat dan sesuai dengan kemajuan teknologi dengan tampilan secara aktual, faktual dan kontekstual.

Diversifikasi adalah "*The process of overcoming the constraints of space and time in social life*".² Sedangkan seorang sosiolog Prancis, Henri Levebfre berpendapat bahwa diversifikasi adalah "*The institutional*

extension of corporate power in the communication industry".³ Artinya diversifikasi merupakan proses perpanjangan institusional media melalui bentuk korporasi dan besarnya badan usaha media. Dalam memanfaatkan segala kemajuan teknologi untuk menyebarkan ajaran agama Islam supaya menjadi yang terdepan, maka diperlukan strategi dan berfokus pada bentuk bentuk pengambilan kebijakan dengan melakukan diversifikasi untuk mengimplementasikan dakwah dalam bentuk media baru yaitu *medialive streaming*. Salah satu *TVlive streaming* dakwah yang baru setahun berjalan yaitu Al-Bahjah TV.

Al-Bahjah TV adalah sebuah televisi online yang dihadirkan sebagai salah satu dari program dakwah yang berada dalam naungan Lembaga Pengembangan Dakwah Al-Bahjah Cirebon sejak Ahad 3 Rabiul Awal 1435/4 Januari 2014⁴. Al-Bahjah TV fokus dengan program atau tayangan keislaman dalam naungan guru mulia Buya Yahya yang acara-acara siarannya ditujukan untuk semua umur. Al-Bahjah TV merupakan bagian dari usaha Lembaga Pengembangan Dakwah Al-Bahjah dalam mewujudkan visinya untuk "Menciptakan masyarakat berakhlak mulia yang berlandaskan Al-Quran dan Sunnah Nabi Muhammad Saw." Al-Bahjah TV dinilai sangat efektif dalam menyampaikan pesan kemuliaan karena jarak jangkauan televisi online yang mencakup nasional maupun internasional.

Al-Bahjah TV melakukan perubahan sesuai dengan perubahan teknologi komunikasi. Berbagai kebijakan yang dilakukan melalui media baru agar TV tersebut dalam terus berjalan dan dapat

²Mosco, Vincent. *The Political Economy of Communication*. London, SAGE Publications, Thousand Oaks. 2009. hal 157

³Mosco, Vincent... hal 159

⁴www.albahjah.com/about

dinikmati khayalak. Langkah tersebut dilakukan karena adanya ruang dan waktu yang tersedia sebagai peluang untuk memperluas usaha. Perkembangan Al-Bahjah TV terlihat dari berbagai segmentasi, frekuensi dan layanan serta program yang ada pada stasiun TV ini. Dengan begitu, perkembangan Al-Bahjah TV tersebut perlu diteliti dengan perspektif perubahan paradigma berdasarkan berbagai teori ilmu komunikasi—untuk menganalisa media penyiaran dalam mengatasi persoalan biaya produksi dan operasional lainnya.

TV dakwah sejatinya mempunyai misi tersendiri dalam menciptakan sebuah media, tidak untuk mencari rating tetapi murni untuk mendidik khalayak menjadi umat berakhlakul karimah. Penggunaan media berbasis *live streaming* terlihat begitu efisien dalam hal finansial maupun segi waktu. Apakah media Al-Bahjah TV dapat menjadikan kemudahan *live streaming* ini untuk menyebarkan dakwah atau sama saja dengan penyebaran media dakwah lainnya yang menggunakan media sosial, ataukah Al-Bahjah TV memanfaatkan media *live streaming* untuk memperkenalkan serta mempromosikan lembaga dakwah pendidikan untuk menarik peserta didik supaya dikenal oleh masyarakat luas? Materi yang ditampilkan oleh media *live streaming* Al Bahjah dikemas dengan begitu menonjolkan unsur Islami yang hanya berisikan materi pembelajaran yang berasal dari Al-Qur'an dan Sunnah.

Tema mengenai perubahan paradigma media dakwah di era digital perlu untuk kaji sebagai kontribusi pengembangan dakwah di era digital. Selain itu masih banyak sekali umat islam yang belum mampu mengelola

dan mengatur siaran terutama dalam berdakwah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Bagaimana cara mengembangkan ajaran Islam sesuai dengan kemajuan zaman, dan apakah dengan kemajuan dan pemanfaatan teknologi di era digital dalam mengembangkan dakwah akan memunculkan cara pandang atau perubahan paradigma dalam interaksi sosial dan integrasi sosial bagi khalayak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka fokus masalah dalam penelitian ini adalah, “Bagaimana perubahan paradigma media dakwah di era digital pada TV *live streaming* Al-Bahjah TV?” Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana perubahan paradigma dan diversifikasi industri media dakwah di era digital dengan studi kasus TV *live streaming* Al Bahjah TV.

Menurut Mosco, ekspansi media menghasilkan kekuatan yang lebih besar lagi dalam mengendalikan masyarakat melalui sumber-sumber produksi media berupa teknologi, jaringan dan lainnya. Selain itu tentunya juga profit bagi pengusaha. Memang diakui bahwa industri komunikasi massa tidak menghindari tuntutan faktor ekonomi dan politik. Dalam pendekatan ekonomi politik media dapat dilihat bahwa faktor produksi, distribusi dan konsumsi media massa merupakan proses timbal balik yang terus menerus dialami oleh setiap pelaku dan organisasi media massa.⁵

Menurut Mosco, ada tiga *entry point* dalam kajian ekonomi politik komunikasi yaitu komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi. Komodifikasi berbicara tentang bagaimana upaya mengubah apapun menjadi

⁵Mosco, Vincent. *The Political Economy of Communication*. London, SAGE Publications, Thousand Oaks. 2009. Hal 219

komoditas atau barang dagangan sebagai alat untuk mendapatkan keuntungan. Spasialisasi berkaitan dengan sejauh mana media mampu menyajikan produknya di depan audiens dalam batasan ruang dan waktu. Pada taraf ini maka struktur kelembagaan media menentukan perannya di dalam memenuhi jaringan dan kecepatan penyampaian produk media di hadapan khalayak. Sedangkan strukturasi dijelaskan sebagai proses di mana struktur sosial saling ditegakkan oleh para agen sosial, dan bahkan masing-masing bagian dari struktur mampu bertindak melayani bagian yang lain. Strukturasi menjelaskan tentang relasi ide antaragen masyarakat, proses sosial dan praktik sosial. Namun, dalam penelitian ini untuk menguji proses penyebarluasan usaha sebagai strategi kebijakan media yang digunakan adalah spasialisasi.⁶

Selanjutnya Mosco memberi tiga konsep penerapan ekonomi politik dalam studi media massa yaitu *processes of commodification, spatialization, dan structuration*. 1) *Commodification* (komodifikasi) *is the process of transforming things valued for what their use into marketable products that are valued for they can bring in exchange.*⁷ Komodifikasi merupakan upaya mengubah apapun menjadi komoditas atau barang dagangan sebagai alat mendapatkan keuntungan. Dengan kata lain, komodifikasi merupakan perubahan nilai guna menjadi nilai tukar. *Commodification is the proses of transforming use values into exchange values.*⁸ Sebagai contoh, ketika teman kita memiliki cerita yang indah kemudian kita menulis novel atau

membuatnya menjadi film kemudian dijual ke pasaran untuk mendapatkan keuntungan.

Menurut Mosco, dalam media massa yang dapat dikomodifikasi ada tiga macam yaitu konten, audiens dan pekerja. a) *Commodification Content* yaitu terkait bagaimana sebuah pesan diolah hingga menjadi produk yang dapat menghasilkan profit. "*Process of commodification in communication involves transforming message, ranging from bits of data to system of meaningful thought*".⁹ b) *Commodification of Audience*, audiens menjadi penting untuk dijual kepada pengiklan. *The massa media are constituted out of a process which sees media companies producing audiences and delivery them to advertiser.*¹⁰ Bila satu media massa memiliki audiens yang banyak maka pengiklan akan berlomba-lomba memasang iklan di media tersebut. c) *Commodification of Labor*, yang dikomodifikasi dari pekerja adalah skill yang mereka miliki untuk menciptakan konten-konten bagi perusahaan media massa. Pemodal memisahkan skill individu dengan prinsip idealisme pekerjaannya sehingga pekerjaannya hanya mementingkan bagaimana suatu tugas harus diselesaikan sesuai keinginan pemodal. *In the process of commodification, capital acts to separate conception from execute, skill from the raw ability to carry out a task.*¹¹ Kemudian pemodal media massa mengatur pekerjaannya untuk dapat menghasilkan produk-produk yang laku dijual di pasaran atau yang akan memperoleh audiens yang banyak. Semua pekerja yang menyangkut produksi dan distribusi dalam proses memberi informasi kepada publik termasuk kedalam komodifikasi pekerja oleh pemodal.

⁶Jurnal Interaksi. Vol III No.1: 15-237. 2014

⁷Mosco, Vincent. *The Political Economy of Communication*. London, SAGE Publications, Thousand Oaks. 2009. Hal 127

⁸Mosco, Vincenthal 129

⁹Mosco, Vincenthal 133

¹⁰Mosco, Vincent..... hal 136

¹¹Mosco, Vincent.....hal 139

Spatialization (Spasialisasi). Spasialisasi merupakan proses untuk melampaui ruang dan waktu yang membatasi kehidupan. Keinginan media massa untuk mengurangi hambatan ruang dan waktu agar mencapai audiens secara cepat dan seluas-luasnya. Henri Lefebvre memberi *definisi the process of overcoming the constraints of space and time in social life* (proses mengatasi kendala ruang dan waktu dalam kehidupan sosial).¹² Namun, perspektif ekonomi-politik kapitalis tidak menghilangkan ruang tetapi lebih pada membangunnya menjadi hubungan jarak jauh antara orang, barang dan pesan misalnya, dengan membuat biro-biro di setiap daerah, kontributor dan lain sebagainya. *Contemporary political economist has amended the Marxian view by suggesting that rather than annihilate space, capital transforms it, by restructuring the spatial relationship among people, goods, and messages. In the process of restructuring capitalism transforms itself.*¹³

Perusahaan media massa memperluas perusahaannya sebagai salah satu cara untuk mengatasi ruang dan waktu. Mosco memberikan gambaran tentang hal tersebut, *the political economy of communication has specially taken up spatialization, chiefly in terms of the institutional extension of corporate power in the communication industry.*¹⁴ Konsentrasi perusahaan memberi keuntungan dalam hal produksi, distribusi, dan pertukaran komunikasi dan juga membatasi persaingan dan akhirnya terjadi kurangnya informasi dan hiburan yang diperoleh masyarakat karena berasal dari satu sumber. Ada dua macam konsentrasi menurut Mosco secara horizontal dan vertikal.

Menurut Mosco, konsentrasi horizontal terjadi ketika sebuah perusahaan media membeli media lain yang tidak secara langsung memiliki kepentingan dengan media tersebut atau ketika membeli yang secara keseluruhan di luar dari bisnis media.¹⁵

Structuration (strukturasi), adalah *a process by which structures are constituted out of human agency, even as they provide the very "medium" of that constitution* (sebuah proses dimana struktur ditegakkan diluar human agency (keagenan manusia), bahkan benar-benar memberikan "medium" dari konstitusi tersebut).¹⁶ Teori strukturasi ini dikembangkan oleh Giddens. Objek utama ilmu sosial bukanlah peran sosial (*social rule*) seperti pada teori fungsionalisme Parson, bukan kode tersembunyi (*hidden code*) seperti dalam strukturalisme Levi-Straus yang keduanya lebih menitik beratkan pada dominasi struktur dan kekuatan sosial, bukan juga keunikan situasional seperti dalam Interaksional Simbolis Goffman yang lebih menekankan pada individu. Bukan keduanya, salah satunya atau keseluruhannya namun merupakan titik temu antara keduanya. Teori strukturasi memandang kehidupan sosial lebih dari sekedar tindakan-tindakan individual, bukan juga semata-mata ditentukan oleh kekuatan sosial. Melainkan serangkaian hubungan sosial dan proses kekuasaan yang diorganisir diantara kelas, gender, ras, dan gerakan sosial yang masing-masing berhubungan satu sama lain.

Satu karakter penting dari teori strukturasi adalah penonjolan pada perubahan sosial, terlihat sebagai proses yang menggambarkan bagaimana strukturasi diproduksi dan direproduksi oleh agen sosial

¹²Mosco, Vincent.....hal 156

¹³Mosco, Vincent.....hal 157

¹⁴Mosco, Vincent.....hal 158

¹⁵Mosco, Vincent.....hal 159

¹⁶Mosco, Vincent.....hal 168

melalui medium. Media massa dijadikan medium agen sosial untuk membentuk struktur-struktur yang dianut dalam kehidupan masyarakat yang akhirnya membentuk hegemoni. *Furthemore, the process of structuration constructs hegemony, defined as the taken-for-granted, communication sense, naturalized ways of thinking about the world* (selanjutnya, proses strukturasi membangun hegemoni yang didefinisikan sebagai diterima-selaku-benar (menganggap pasti), rasa komunikasi, menaturalisasikan cara berpikir tentang dunia).¹⁷ Hegemoni yang diciptakan mencakup kelas, gender, ras, dan pergerakan sosial.

Dalam ketiga kategori teori ekonomi politik media, penelitian ini berfokus pada spasialisasi atau diversifikasi sebuah media baru, karena peneliti ingin berpusat pada pengembangan media baru yang tercipta mengikuti perkembangan era digital yang ada di Al-Bahjah TV. Teori *New Media* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa *New Media* merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke era *digital*. Dalam teori *New Media*, terdapat dua pandangan yang dikemukakan oleh Pierre Levy, yaitu:¹⁸

1. Pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi

pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

2. Pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.

Kehadiran Media baru (*new media*) dengan segala bentuk dan fungsinya tidak begitu saja menggeser media lama atau tradisional yang sudah ada sebelumnya. Media lama atau tradisional tetap dibutuhkan oleh masyarakat dan menjadi sumber informasi sesuai dengan karakteristiknya masing-masing. Media lama berusaha mempertahankan keberadaannya dengan cara beradaptasi dengan kemajuan teknologi internet yang memunculkan media baru sebagai kekuatan baru transformasi informasi. Perkembangan media baru sangat pesat ditunjang dengan perkembangan perangkat teknologi komunikasi, seperti perangkat dan jaringan telekomunikasi, *gadget, mobile*

¹⁷Ibid hal 188

¹⁸Solomon, Michael R. *Consumer Behavior : Buying, Having and Being, 9th ed.* New Jersey: Pearson Addison Wesley. 2011. Hal 24

phone yang dapat menciptakan isi konten media.¹⁹

New media adalah suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan peleburan media tradisional (film, gambar, music, lisan dan tulisan) dengan kekuatan interaktif komputer dan teknologi komunikasi. Perangkat pendukung *new media* memungkinkan kita untuk mengakses konten apapun, kapanpun, dan dimanapun dan dari perangkat digital apa pun. Bahkan, kita bisa mengetahui berbagai berita terbaru dari negara-negara lain di dunia hanya dalam hitungan detik.²⁰

Paradigma menurut Kuhn adalah suatu asumsi dasar dan asumsi teoritis yang umum (merupakan sumber nilai), sehingga menjadi suatu sumber hukum, metode, serta penerapan dalam ilmu pengetahuan sehingga sangat menentukan sifat, ciri, serta karakter ilmu pengetahuan itu sendiri.²¹ Kuhn menjelaskan paradigma dalam dua pengertian. Di satu pihak paradigma berarti keseluruhan konstelasi kepercayaan, nilai, teknik yang dimiliki bersama oleh anggota masyarakat ilmiah tertentu. Di pihak lain paradigma menunjukkan sejenis unsur pemecahan teka-teki yang konkret yang jika digunakan sebagai model, pola, atau contoh dapat menggantikan kaidah-kaidah yang secara eksplisit menjadi dasar bagi pemecahan permasalahan dan teka-teki normal sains yang belum tuntas. Secara singkat paradigma dapat diartikan sebagai "keseluruhan konstelasi kepercayaan, nilai dan teknik yang dimiliki suatu komunitas

ilmiah dalam memandang sesuatu (fenomena)".

Thomas Kuhn memperkenalkannya melalui bukunya yang berjudul "The Structure of Scientific Revolution", University of Chicago Press, Chicago, 1962,²² yang menjadi begitu terkenal membicarakan tentang Filsafat Sains. Kuhn menjelaskan bahwa Paradigma merupakan suatu cara pandang, nilai-nilai, metode-metode, prinsip dasar atau memecahkan sesuatu masalah yang dianut oleh suatu masyarakat ilmiah pada suatu tertentu. Apabila suatu cara pandang tertentu mendapat tantangan dari luar atau mengalami krisis, kepercayaan terhadap cara pandang tersebut menjadi luntur, dan cara pandang yang demikian menjadi kurang berwibawa, pada saat itulah menjadi pertanda telah terjadi pergeseran paradigma. Fungsi dari Paradigma menyediakan puzzle bagi para ilmuwan. Paradigma sekaligus menyediakan alat untuk solusinya.

Ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.²³ Eksistensi media dalam berkomunikasi, tidak lain dari upaya manusia untuk melakukan perpanjangan dari telinga dan mata, dalam menjawab tantangan alam. Dengan kata lain, media antarpersona, media massa dan media interaktif pada hakikatnya adalah perpanjangan alat indera manusia yang dikenal sebagai teori perpanjangan (*sense extension theory*) yang diperkenalkan oleh McLuhan, 1964. Bahkan ia menyebut bahwa

¹⁹Wahid, Umaimah. *Komunikasi Politik : Teori, konsep dan Aplikasi pada Era Media Baru*. Bandung, Simbiosis Rekatama Media. 2016 hal 79

²⁰ Wahid, Umaimah. *Komunikasi Politik*hal 80

²¹ Surajiyo. *Filsafat dan perkembangan di indonesia, jakarta: PT. Bumi aksara, Ilmu dan*

Metologi penelitian. Yogyakarta: C.V. Andi Offset. 2008

²² Kuhn, Thomas S. *The Structure of Scientific Revolution*, Leiden: Institut Voor Theoretische Biologic, 1962, hal 10

²³ Wahyu, Ilaihi. *Komunikasi Dakwah*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya. 2010 hal.17

media adalah pesan (*the medium is the message*). Artinya, medium saja sudah menjadi pesan sehingga yang memengaruhi publik, bukan saja isi pesan yang disalurkan oleh media, tetapi juga media komunikasi yang dipergunakan. Pandangan ini akan bermakna bahwa jenis media yang dipilih sebagai media dakwah akan merupakan pesan dakwah, yang memiliki dampak memengaruhi khalayak.²⁴

Dalam proses pelaksanaan dakwah, media massa memiliki posisi dan peran mediasi yaitu penyampai (*transmitters*) berbagai pesan dakwah. Dalam proses pelaksanaan dakwah, media massa memiliki posisi dan peran mediasi yaitu penyampai (*transmitters*) berbagai pesan dakwah.²⁵ Setiap jenis media massa (pers, film, radio, dan televisi) itu memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing dalam kapasitasnya sebagai media komunikasi atau media dakwah. Pers digolongkan sebagai media cetak, sedangkan radio, film dan televisi digolongkan sebagai media elektronik. Perkembangan semua jenis media massa itu secara teknik didukung oleh perkembangan ilmu dan teknologi yang sekarang ini telah mencapai teknologhi digital. Hal ini lebih akan memudahkan dan mempercepat penyebaran pesan dakwah kepada khalayak. Televisi merupakan media yang sekaligus dapat ditangkap oleh mata dan telinga, bahkan kelihatan hidup. Ada juga media interaktif atau media sosial melalui jaringan komputer (internet) atau yang biasa disebut dengan *cyber media*.²⁶

Internet memunculkan era digital yang merupakan suatu masa di mana sebagian besar masyarakat pada era tersebut menggunakan sistem digital dalam kehidupan sehari-harinya. Sistem digital ini terbukti lebih mutakhir dari sistem yang dikembangkan sebelumnya, yaitu sistem analog. Kerja sistem analog berbeda dengan sistem digital. Sistem analog menghasilkan sinyal tiruan dari suara/sinyal asli yang didapat secara utuh dari alam, sehingga kualitas sinyal tiruan yang didapat terkadang kurang jelas dikarenakan adanya faktor degradasi sinyal dan *noise* (suara latar yang mengganggu).²⁷ Sebaliknya, sistem digital dapat menghilangkan faktor pengganggu saat mentransmisi sinyal asli dengan cara *encoding* (mengubah sinyal asli menjadi bits) dan *sampling dan quantizing* (membuat sampel gelombang suara dan mengaturnya dalam interval yang disesuaikan berdasarkan kecepatan tertentu) sehingga hasilnya lebih jernih, akurat dan tidak mengalami *delayed sinyal* (sinyal tunda) (Carlin, 2010:230)

Salah satu yang terjadi secara masif di era digital adalah konvergensi teknologi komunikasi yaitu televisi konvensional berkonvergensi menjadi televisi (TV) live streaming merupakan televisi menggunakan media internet dengan metode *live streaming*. *Live streaming* dapat diartikan sebagai sebuah teknologi di mana pemirsa dapat memutar file video tanpa harus menyimpannya ke dalam hardisk. File video yang akan disiarkan oleh stasiun televisi disimpan dalam sebuah komputer server. Proses pengiriman file video

²⁴ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011. hlm. 88

²⁵ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer*, hal. 90

²⁶ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer*, hal. 100

²⁷ Carlin V, Artioli AJ, Matsumoto MA, Filho HN, Borgo E, Oshima CTF, Ribeiro DA, *Biomonitoring of DNA Damage and Cytotoxicity in Individuals Exposed to Computed Tomography*. Dentomaxillofacial Radiology, 2010. hal 229

dari server ke pemirsa disebut video *live streaming*.²⁸

Live streaming adalah video atau konten yang dikompresi atau disusutkan agar mudah dikirim melalui internet dan dapat digunakan dengan segera, tanpa perlu disimpan dalam perangkat keras. *Live streaming* adalah teknologi untuk memainkan file *video* atau *audio* secara langsung (*realtime*) atau dengan *pre-recorded* dari sebuah *computer server*. File dapat dijalankan pada komputer klien sesaat setelah permintaan dari *user* sehingga proses *download file video* atau *audio* yang menghabiskan waktu lama dapat dihindari. Dengan kata lain, *live streaming* mengacu kepada teknologi yang mampu mengkonversi atau menyusutkan ukuran berkas *audio* dan *video* agar mudah di transfer melalui internet.²⁹

Pengguna dapat menghentikan sementara video atau konten audio tersebut, serta dapat mengulang atau mempercepatnya, atau dengan kata lain penggunaannya sama dengan file yang biasanya diunduh terlebih dahulu, kecuali bila konten tersebut di siarkan secara langsung.³⁰

Televisi internet sering juga disebut dengan sebutan *Television on the Desktop* (TOD), TV over IP (*Television over Internet Protocol*) atau Televisi Protokol Internet, Vlog, dan juga Vodcast. Televisi internet berbeda dengan televisi konvensional biasa. Keduanya memang menayangkan banyak

acara yang serupa, tapi televisi internet lebih beragam dibandingkan stasiun televisi lokal yang biasa kita tonton di rumah ataupun televisi kabel berlangganan.³¹ Televisi internet ini bisa disiarkan secara pribadi oleh para pengguna internet atau bisa juga oleh sekelompok orang atau perusahaan televisi besar yang juga punya layanan televisi *online* di Internet.

Live streaming merupakan televisi menggunakan media internet dengan metode *live streaming*. *Live streaming* adalah sebuah teknologi untuk memainkan file video atau audio secara langsung ataupun dengan *prerecorded* dari sebuah mesin server (web server). Dengan kata lain, *file video* atau *audio* yang terletak pada sebuah server dapat secara langsung di jalankan pada komputer client sesaat setelah ada permintaan dari *users* sehingga proses *downloadfile* video atau audio yang menghabiskan waktu cukup lama dapat di hindari.³²

Video *live streaming* merupakan suatu metode yang memanfaatkan suatu *live streaming* server untuk mentransmisikan digital video melalui suatu jaringan data. Sebuah *file* video yang akan di tampilkan pada klien dapat menggunakan dua metode *transfer*. Pertama, dengan mendownload file video tersebut dan yang kedua dengan melakukan proses *live streaming*. Kedua metode ini memiliki keunggulan dan kekurangan masing masing. Sebuah video yang di ambil dari sebuah mesin server

²⁸ Amelia Rahmi, dkk, *Rancang Bangun Video Live Live streaming untuk Memperluas Jangkauan Siar Walisongo TV Melalui Jaringan Internet*. Semarang: Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Walisongo. 2013. hal. 26.

²⁹ Ihsan Lumasa Rimra dan Wiwik Wiharti. *Jurnal Ilmiah Poli Rekayasa, Vol 3:2 : Pemanfaatan Jaringan Komputer Sebagai Aplikasi Pendistribusian Siaran Televisi Menggunakan Teknologi Video Live streaming*. hal 53

³⁰ Vangie Beal. *The Differences Between Thick & Thin Client Hardware* (online). 2016

³¹ [Http://marcomm.binus.ac.id/academic-journals/analisis-prosesproduksi-program-live-streaming-wayangshow-dalam-upayamempertahankan-eksistensi-wayang-di-indonesia](http://marcomm.binus.ac.id/academic-journals/analisis-prosesproduksi-program-live-streaming-wayangshow-dalam-upayamempertahankan-eksistensi-wayang-di-indonesia) diakses pada 10 September 2016

³² Askari Azikin dan Yudha Purwanto, *Video/TV Live streaming dengan Video LAN Project*. Yogyakarta: ANDI. 2005. hal 1.

dengan mengunduhnya tidak dapat ditampilkan sebelum seluruh file video selesai disalin ke *harddisk*.³³ Dalam metode ini proses download yang lama dan membutuhkan hardisk yang berukuran besar untuk menyimpan file yang telah di-*download*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data yang mendalam.³⁴ Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena memandang segala sesuatu dikonstruksi dengan realitas sosial sehingga sangat memperhatikan proses, peristiwa dan otentitas. Proses pengembangan media dakwah dalam pengelolaan media baru telah melibatkan interaksi dengan realitas yang ada dan mengubah paradigma yang ada selama ini. Maka, peneliti menyimpulkan bahwa kaitannya dengan permasalahan pokok penelitian adalah berupa data data yang akan ditelaah lebih lanjut bagaimana diversifikasi industri media dakwah dan perubahan paradigma baru di era digital dengan studi kasus *TVlive streaming Al Bahjah TV*.

Penelitian menggunakan desain studi kasus multi kasus terjal. Penelitian dengan desain multi kasus terjal yaitu penelitian yang menggunakan lebih dari satu kasus. Penggunaan jumlah kasus lebih dari satu pada penelitian studi kasus pada umumnya dilakukan untuk mendapatkan data yang lebih detail, sehingga diskripsi hasil penelitian

menjadi semakin jelas dan terperinci. Hal ini juga didorong oleh keinginan untuk menggeneralisasi konsep atau teori yang dihasilkan. Dalam hal ini kasusnya adalah perubahan paradigma dan diversifikasi dengan unit analisis yaitu Al-Bahjah TV.

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari narasumber melalui observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti di lapangan. Sedangkan data sekunder adalah data yang peneliti peroleh dari sumber-sumber tertulis seperti yang terdapat dalam buku, jurnal, dokumentasi atau arsip-arsip dan literatur lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.³⁵ Nara sumber tim dari bagian redaksi pada Al-Bahjah TV yaitu CEO & Founder Kyai Yahya Zainul Ma'Arif. Kepala Dakwah dan Media Muhammad Ramli Jamal dan Divisi Banin yaitu Poppy. Adapun objek penelitian dalam penelitian Perubahan Paradigma Dan Diversifikasi Industri Media Dakwah Di Era Digital Studi Kasus *TVLive streaming Al Bahjah TV* adalah Perubahan Paradigma dan Diversifikasi Media Al Bahjah TV

Berbagai Perubahan Paradigma Dakwah diteliti juga pada berbagai program siaran yang ada di media *live streaming Al Bahjah TV* seperti program unggulan Kajian Rutin bersama Buya Yahya (Kajian Tafsir Al-Qur'an, *Kajian Kitab Hadis, Kajian Syarah Kitab Al-Hikmah, dan Kajian Kitab Minhajul 'Abidin*. Serta tayangan konten dakwah lainnya seperti; *Nasyid Positif, Jum'at Bersholawat, Taman Surga, Cahaya Hikmah, Pedoman Hidup* dan program lainnya yang kesemuanya bermuatan

³³ Askari Azikin dan Yudha Purwanto, hal. 3

³⁴ Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2010. hal 56.

³⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2009. hal 137.

dakwah yang lembut, nyaman, dan menjadi hiburan keluarga yang mendidik.

Penelitian dilakukan di lokasi Al-Bahjah TV bertempat di Jl. Pangeran Cakrabuana No. 179 Blok.Gudang Air Kel. Sendang Kec. Sumber - Cirebon 45611 Jawa Barat – Indonesia. Penelitian ini dilakukan pada periode tiga bulan dimulai dari bulan Oktober 2017 sampai dengan Juni 2018. Dalam upaya menghasilkan keabsahan data dalam penelitian menggunakan teknik triangulasi yaitu menggunakan triangulasi teori dan sumber.

TEMUAN DATA

Al-Bahjah TV adalah sebuah televisi online yang dihadirkan sebagai salah satu dari program dakwah yang berada dalam naungan Lembaga Pengembangan Dakwah Al-Bahjah Cirebon sejak Ahad 3 Rabiul Awal 1435 / 4 Januari 2014. Al-Bahjah TV fokus dengan program atau tayangan keislaman dalam naungan guru mulia Buya Yahya yang acara-acara siarannya ditujukan untuk semua umur. Al-Bahjah TV merupakan bagian dari usaha Lembaga Pengembangan Dakwah Al-Bahjah dalam mewujudkan visinya untuk “Menciptakan masyarakat berakhlak mulia yang berlandaskan Al-Quran dan Sunnah Nabi Muhammad Saw.” Hingga saat ini Al-Bahjah TV dinilai sangat efektif dalam menyampaikan pesan kemuliaan karena jarak jangkauan televisi online yang mencakup nasional maupun internasional.

Media ini awalnya berdiri dari sebuah Production House yang memproduksi kumpulan video ceramah Buya Yahya. Hingga sekarang Al-Bahjah TV yang dikelola santri ini selalu melakukan perkembangan hingga saat ini dalam memudahkan pemirsa

atau Sahabat Al-Bahjah TV untuk menyimak siarannya. Cara pertama dengan streaming melalui Youtube, kedua melalui website resmi (www.albahjah.TV), dan ketiga ini sangat memudahkan sekali bisa ditonton di Smartphone. Dan akan terus melakukan perkembangan untuk memudahkan Sahabat Al-Bahjah TV dari semua kalangan untuk bisa menyimak konten dakwah Al-Bahjah TV. Selain melalui jaringan televisi online, Al-Bahjah TV juga aktif menyiarkan kontennya melalui saluran komunikasi lain seperti jejaring sosial dan YouTube. Al-Bahjah TV menjadi salah satu media Al-Bahjah yang selalu dinanti pemirsa karena suguhan acaranya yang bermuatan konten dakwah terpercaya. Al-Bahjah TV mempunyai program unggulan Kajian Rutin bersama Buya Yahya (Kajian Tafsir Al-Qur'an, Kajian Kitab Hadis, Kajian Syarah Kitab Al-Hikam, dan Kajian Kitab Minhajul 'Abidin. Juga tayangan konten dakwah lainnya seperti Nasyid Positif, Jum'at Bersholawat, Taman Surga, Cahaya Hikmah, Pedoman Hidup dan program lainnya yang kesemuanya bermuatan dakwah yang lembut, nyaman, dan menjadi hiburan keluarga yang mendidik.³⁶

Program siaran Al-Bahjah TV lebih menitikberatkan pada sisaran dakwah kepada masyarakat muslim secara global, untuk membentengi umat Muslim dan mempengaruhi non Muslim. Berikut presentasi porsi program pada siaran Al-Bahjah TV : a) Kajian Rutin Buya Yahya. Seluruh Program siaran yang disajikan oleh Al-Bahjah TV sebenarnya mengandung unsur pendidikan mengenai Islam untuk memberikan pemahaman kepada umat Muslim dan non Muslim agar dapat mengetahui hakikat agama Islam yang

³⁶<https://www.albahjah.TV/about>

sebenarnya. Unsur pendidikan ini mempunyai porsi 50%, seperti *Tausyiah Buya Yahya, Kajian Hadits RiyadusSholihin, Buya Yahya Menjawab* dan lain-lain. b) Murotal, Unsur Program Siaran dalam mempengaruhi khayalak lebih menitikberatkan kepada umat Muslim untuk mudah memahami isi Al-Qur'an dengan lantunan ayat Al-Qur'an yang merdu. Unsur ini mempunyai porsi 5 %. c) *TalkShow* yaitu Unsur Program Siaran dalam mempengaruhi khayalak lebih menitikberatkan kepada umat Muslim dan non Muslim. Karena, letak geografis radio ini di tengah-tengah masyarakat yang memiliki keberagaman agama. Melalui program *Sambut Mentari* yang didalamnya membahas mengenai *Rumahku Syurgaku, Belajar bareng Buya dan Ummi*, dan lain lain. Ini dapat membentengi umat Muslim dari kegiatan Kristenisasi dan mengajak kepada non Muslim agar mempercayai akan kebenaran agama Allah. Unsur ini mempunyai porsi 30 %. D) Informasi yaitu Unsur informasi ini lebih menitik beratkan mengenai informasi seputar Agama Islam, unsur ini mempunyai porsi 15 % seperti *Sehatqu*, dan *Ekonomi Syariah*.

PEMBAHASAN

Perubahan Paradigma Dalam Dakwah melalui *New Media* di Era Digital

Berikut ini adalah penjelasan mengenai fokus penelitian pada perubahan paradigma dakwah melalui *New Media* (studi kasus TV Streaming Al Bajah). Mengadaptasi dari konsep teori Pierce Levy yang mengemukakan bahwa *New Media* merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke era *digital*. Hasil wawancara dan dokumentasi

peneliti dengan *key informan* beberapa pertanyaan para informan yang terkait dalam proses produksi konten dalam Al Bahjah TV, mengungkap dan memahami lebih mendalam mengenai adanya perubahan paradigma dakwah konsep Thomas Kuhn melalui *New Media* baik dari pihak menyebarkan dakwah maupun menikmati dakwah itu sendiri. Fokus penelitian ini melihat cara-cara di mana perubahan tersebut dan bagaimana faktor faktor yang menyebabkan perubahan itu saling berhubungan satu sama lain.

Dalam teori *New Media*, terdapat dua pandangan yang dikemukakan oleh Pierre Levy, yaitu :³⁷

1. Pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web (WWW)* sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.
2. Pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam

³⁷ Solomon, Michael R. *Consumer Behavior : Buying, Having and Being*, 9th ed., New Jersey: Pearson Addison Wesley. 2010. Hal 24

beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.

Sebagai pusat informasi, pendidikan serta pengajaran ilmu agama, media baru yang dipilih untuk melakukan kegiatan dakwah setidaknya dapat menyumbangkan peran besar dalam perubahan akhlak khalayak menjadi mulia, khususnya pada tayangan yang memuat nilai pendidikan dan agama di era digital. Keberadaan tayangan dakwah dengan menggunakan media baru di harapkan dapat menjangkau setiap wilayah juga faktor usia dan diharapkan dapat menjawab berbagai permasalahan yang terjadi di masyarakat.

Dakwah sebagai usaha individu maupun kolektif melalui organisasi diperlukan pertimbangan dan perhatian terhadap keperluan dan kepentingan masyarakat luas yang menjadi objek dan sasaran dalam berdakwah. Dengan demikian itu, dakwah yang disiarkan melalui media baru *live streaming* ini setidaknya harus berorientasi pada kepentingan dan kemajuan khalayak. Hal ini berarti dakwah melalui media baru di era digital ini haruslah menjadi sebuah usaha yang dikerjakan dengan sungguh-sungguh untuk memberikan sajian dan tampilan yang benar-benar dapat dinikmati serta dibutuhkan umat dengan cara dikemas secara menarik sesuai kemajuan dan perkembangan masyarakat.

Aktivitas dakwah dengan pembaharuan konsep dan struktur dakwah di media baru *live streaming* ini diharapkan mampu menciptakan dan melahirkan perubahan yang berarti bagi perubahan dan perbaikan akhlak umat dan bangsa. Dakwah harus melahirkan umat yang unggul serta berakhlak baik. Umat yang terbaik adalah umat yang aqidah dan ibadahnya kuat. Sehingga pembaharuan paradigma ini dapat diterima oleh berbagai khalayak.

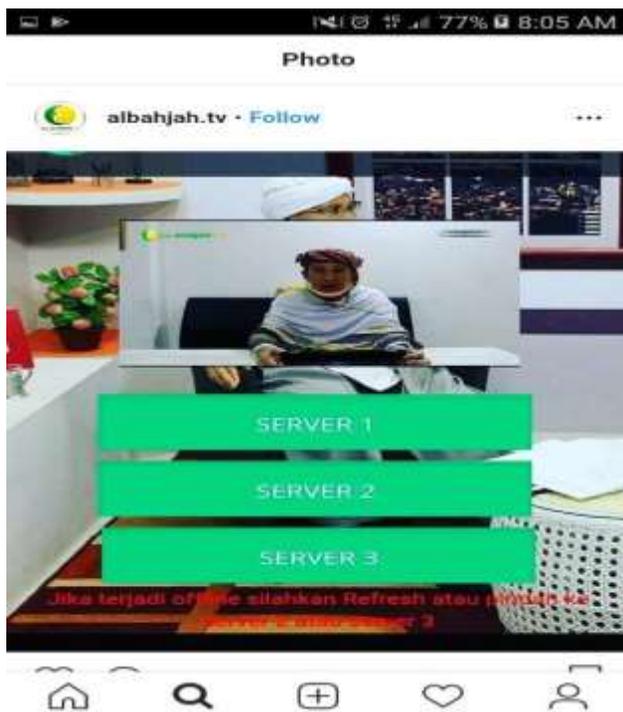
Khalayak tidak hanya mengonsumsi jaringan *live streaming* untuk mencari informasi, tetapi juga untuk memproduksi informasi dan mendistribusikannya. Dalam konteks dakwah, media baru tidak hanya hanya berfungsi dan berpusat pada pendakwah tetapi juga pada sisi isi dakwah karena mereka juga setidaknya mampu memproduksi pesan-pesan ilmu agama yang mereka terima untuk disebarluaskan kembali. Dengan adanya kemudahan secara *online* yang dirasakan sungguh banyak manfaatnya, semisalnya kita tidak hanya menyaksikan dakwah yang ada di internet tetapi juga bisa dengan segera melakukan *share* melalui berbagai platform internet yang disediakan. Bahkan khalayak dapat memproduksi pesan-pesan dakwah secara sukarela meskipun kita bukan seorang pendakwah karena tujuan kita adalah berbagi ilmu untuk kepentingan umat.

Dalam teori *New Media* ada dua pandangan. *Pertama*, **interaksi sosial** yaitu perubahan ini sejatinya ditanggapi oleh para pendakwah sebagai peluang dakwah Islam di era media baru dimasa depan. Media *live streaming* Al-Bahjah TV menyadari bahwa dakwah dalam konteks masyarakat *live streaming* yang bersifat aktif tidak hanya dapat menerima, tetapi juga memberikan respon, kritikan, mengomentari bahkan melakukan *reproduksi* pesan-pesan dakwah. Sehingga penting bagi para pendakwah untuk memperhatikan karakteristik khalayak yang umumnya aktif bergelut di bidang internet. Dalam hal penyampaian maupun isi materi dakwah pun hendaknya dipilih bersifat *universal*, terbaru dan membahas isi terkini serta menjadi solusi dalam setiap permasalahan. Selain tidak mengesampingkan penggunaan pendekatan antar pribadi, terutama melalui media baru *live streaming* yang dimana setiap individu dapat

berinteraksi secara *informal* melalui kolom komentar atau tanya jawab yang telah di sajikan. Maka hal ini sangat memungkinkan komunikasi dua arah agar pesan dakwah dapat tersampaikan.

Salah satu contohnya adalah respon dari khalayak mengenai pendapat seorang da'i terkait masalah ibadah di salah satu media

Pandangan kedua, **integrasi sosial**, salah satu kekuatan media *live e-streaming* dapat menembus ruang dan waktu, sehingga tidak ada kendala letak geografis maupun perbedaan waktu dari pendakwah maupun khalayak sebagai penikmat dakwah. Dalam hal ini Al Bahjah TV memperhatikan pada lapisan masyarakat harus terjangkau informasi dakwah untuk dapat dijangkau melalui media internet. Selain jaringan dakwah dengan media baru secara online, perlu juga adanya pembaharuan dalam jaringan dakwah secara nyata. Karena



Gambar 1
Media Streaming Al Bahjah TV
Sumber : Playstore/AlbahjahTV

sosial Youtube. Media streaming Al-Bahjah tersinkronisasi dengan Youtube sehingga pemirsa bisa melakukan respon. Hasil penelitian menunjukkan, berbagai respon dapat dijumpai dari khalayak atas materi yang disampaikan pemateri atau da'i baik itu positif ataupun negatif.

pendakwah yang aktif bergelut didunia *online*, dapat juga bergerak aktif dalam jaringan *offline*. seperti selain LDP Al Bahjah aktif menyajikan dakwah melalui media internet *live streaming* dan radio tetapi tetap aktif juga mengadakan dakwah secara langsung tatap muka dimasjid dan pengajian sehingga memiliki komunitas baik hanya tingkat desa maupun internasional. Untuk itu perlu adanya pelaksanaan dakwah dengan mengadakan evaluasi dalam wujud kepekaan untuk membuat proses dakwah lebih efektif sesuai dengan kondisi masyarakat saat ini.

Ekonomi Politik Industri Media Dakwah Di Era Di gital

Strategi persuasi khalayak banyak sekali cara yang digunakan serta metode untuk mengetahui seberapa besar minat

khalayak dalam menyaksikan dan seberapa tinggi presentase rating dalam sebuah media TV termasuk Streaming. Berdasarkan respon dari masyarakat sekitar mengenai media TV Al-Bahjah maupun RadioQu melalui media sebagai berikut.



Gambar 2
Hasil Respon Kuesioner
Sumber: Kuesioner GoogleDrive

Beberapa jawaban, ada yang menjawab “pernah dengar” dan ada yang menjawab “tidak pernah dengar”. Wajar apabila banyak masyarakat belum mengetahui tentang RadioQu karena segmentasi wilayah penyiaran radio tersebut hanya menjangkau beberapa wilayah seperti wilayah Cirebon, Majalengka, Palembang, Batam, Pontianak, Riau dan Bogor. Sedangkan media Al-Bahjah TV streaming juga banyak tidak diketahui

karena banyak khalayak yang menyaksikan dakwah Buya Yaya hanya mendengarkan ceramah Buya Yahya melalui media sosial lain tanpa melalui streaming Al-Bahjah TV. Hanya beberapa wilayah yang terbiasa mendengar ceramah Radioqu dan santri serta keluarga santri LDP Al-Bahjah yang menyaksikan Dakwah melalui media Streaming Al-Bahjah TV.



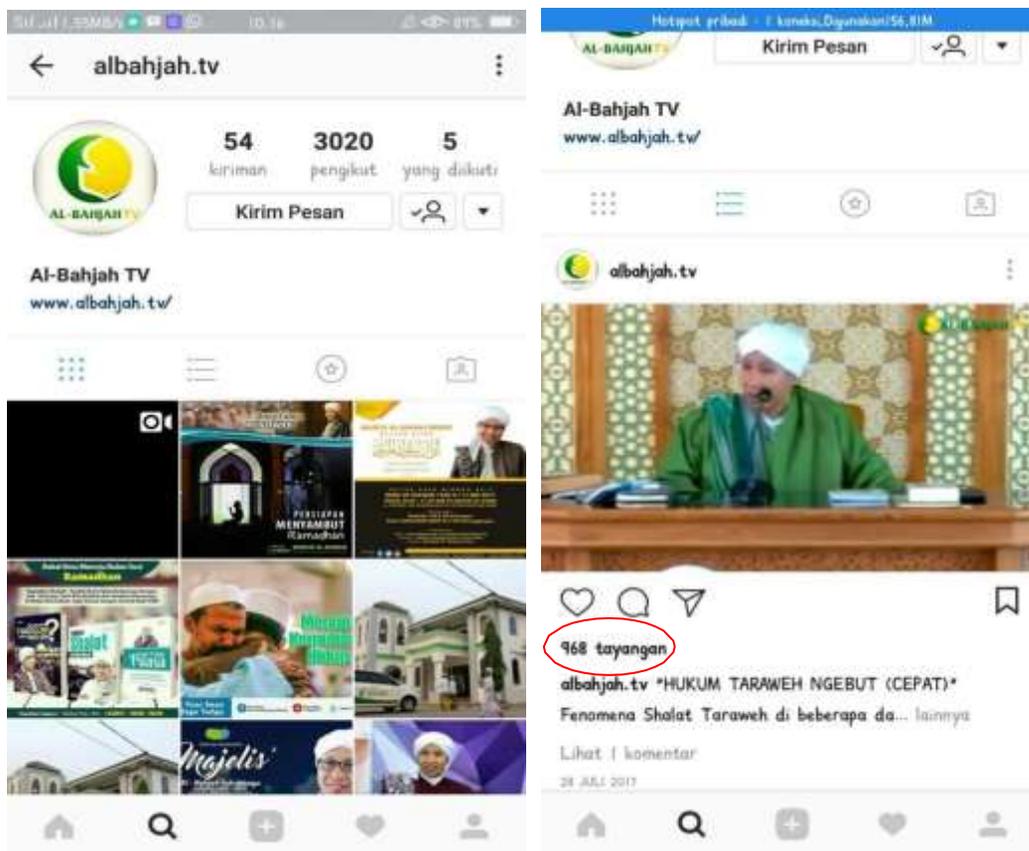
Gambar 3
Fanpage Facebook Al Bahjah TV
Sumber : www.Facebook.com/AlbahjahTV



Gambar 4
Timeline Fanpage Facebook Al-Bahjah TV
Sumber : www.facebook.com/AlbahjahTV

Didukung oleh jumlah khalayak yang “menyukai” *fanpage Facebook* Al-Bahjah TV, jumlah *likers* dan *subsribed Official Youtube* Al-Bahjah TV, serta banyaknya *follower* dari akun *instagram*. Hal ini menggambarkan bahwa secara garis besar, hanya di kisaran angka itulah jumlah orang yang baru mengetahui, sudah menonton, maupun menyukai program-program Al Bahjah TV.

Berdasarkan data dari jumlah *follower* dan *viewers fanpage Facebook* Al-Bahjah TV sampai bulan juni 2018 tercatat ada 28.222 orang dan 29.086 orang. Media FP *Facebook* Al-Bahjah berperan dalam menyiarkan program-program secara *live streaming* dengan jumlah *viewers* belum begitu banyak. Dari berbagai komentar para khalayak, terlihat berbagai wilayah menyaksikan dan hadir secara online untuk mengikuti kajian dakwah yang disiarkan Al-Bahjah TV. Selain media *facebook*, Al-Bahjah TV juga melakukan interaksi melalui media sosial lainnya seperti *instagram* dan *Youtube*. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 5
 Timeline Instagram Al-Bahjah TV
 Sumber :www.Instagram.com/AlbahjahTV

Berdasarkan data dari jumlah *follower* dan *viewers instagram* Al-Bahjah TV sampai bulan juni 2018 tercatat ada 3020 orang dan 968 orang. Media *instagram* Al-Bahjah berperan dalam menyiarkan program program secara *live streaming*, juga berperan sebagai media “peringat” dan pemberitahuan acara apa saja yang akan atau sedang ditayangkan di Al-Bahjah TV. Berdasarkan data dari jumlah *follower* dan *viewers youtube* Al-Bahjah TV sampai bulan juni 2018 tercatat ada 195.000 orang dan 8.610 orang. Media *youtube* Al-Bahjah berperan dalam menyiarkan program program secara *live streaming* maupun *non live live streaming*, dengan berbagai judul

permasalahan yang di bahas berdasarkan kategori program acara yang ditayangkan oleh Al-Bahjah TV.

Konsekuensi Determinisme Ekonomi: Ruang Baru Dakwah Sebagai Pasar Baru

Kesuksesan sebuah stasiun TV diukur dari besarnya perolehan rating dan share. Semakin besar perolehan angka, menunjukkan bahwa program- program yang disajikan stasiun TV tersebut disaksikan oleh

banyak orang. Di bawah adalah data stasiun TV dakwah yang telah hadir di Indonesia.



Gambar 6
Beberapa Stasiun TV islami di Indonesia
Sumber : www.moslemvision.com

Struktur pasar seperti ini memperlihatkan banyaknya pihak swasta maupun komunitas untuk berlomba-lomba dalam menebarkan dakwah untuk menjadikan ummat berakhlakul kharimah. Maka wajar apabila pemilik modal Al-Bahjah TV ingin memperluas dan memperkuat bisnisnya dengan mengembangkan media secara vertikal. RadioQu dan Al-Bahjah TV memiliki tempat tersendiri hati audiens. TVdakwah ini tidak (hanya) mencari rating ataupun popularitas karena tujuannya adalah dakwah yang mengharap ridho Allah SWT menciptakan masyarakat berakhlak mulia serta sebagai sumber referensi dalam pemecahan masalah yang sedang dialami oleh ummat pribadi maupun masyarakat secara luas.

Al-Bahjah TV dan RadioQu memang dibiarkan berkembang secara sehat karena keterbatasan dari tiap media untuk saling melengkapi satu sama lain. Meskipun ada TV streaming Al-Bahjah, penikmat RadioQu tetap ada karena RadioQu memiliki jaringan luas dan sampai saat ini masih dinikmati oleh masyarakat di daerah yang belum terjangkau oleh internet. Dari semua itu LDP Al-Bahjah

dapat merangkul semua kalangan di berbagai wilayah untuk tetap menjalin silaturahmi.

Media pasti memiliki kategori dalam menentukan target (segmentasi) khalayak. Perbedaan segmentasi terdapat pada media RadioQu dan media Al Bahjah TV. Perbedaan itu terlihat pada program yang disajikan pada kedua media tersebut. Program RadioQu memiliki target khayalak mulai dari usia 11 tahun-60 tahun, karena keterbatasan RadioQu yang hanya menggunakan kekuatan audio. Sedangkan segmentasi media Al-Bahjah TV mencakup Target usia 6 tahun sampai 60 tahun, karena audio visual menjangkau usia anak-anak. Program dakwah untuk usia anak disertai kartun agar mudah dipahami.

Kemudahan media internet sekarang, sangat dirasakan manfaatnya untuk menyebarkan kebaikan terutama dalam hal berdakwah. Al-Bahjah TV yang berbasis streaming memanfaatkan kemudahan teknologi ini untuk mensyiarkan agama agar masyarakat dapat mencari jawaban atas segala permasalahan agama yang alami baik usia muda maupun dewasa, baik dalam dan luar negeri tanpa adanya keterbatasan dalam ruang dan waktu.

Pernyataan di salah satu divisi banat tersebut menyampaikan bahwa Desain programming yang dilakukan bergantung pada batas kemampuan sebuah media, target audiens dan proses jam tayang karena ada yang disiarkan berdasarkan jadwal jam tayang secara *livelive streaming* maupun tidak secara *live*. Target Audiens untuk RadioQu dari kalangan muda sampai dewasa karena terbatas hanya media radio itu sendiri sehingga penyampaian program keilmuan dakwah juga terbatas. Sedangkan untuk Al Bahjah TV target audiensnya dari anak- anak sampai dewasa karena kelebihan dari media TV ini yang di dimanfaatkan untuk menjangkau setiap kalangan. Keterbatasan yang ada pada

media inilah yang menjadi dasar penentuan target audiens dan untuk menentukan program – program apa yang diproduksi dan bagaimana *treatment* yang diberikan dalam program tersebut.



Gambar 7
Beberapa Postingan Al Bahjah TV
Sumber : www.Instagram.com/albahjahTV

Perubahan Paradigma dalam Dakwah

Dalam pembahasan ini, peneliti mengungkapkan dan memahami bahwa pemahaman tentang perubahan paradigma dakwah di era digital melalui media baru dengan studi kasus Al Bahjah TV sebagai suatu pemahaman yang secara nyata berhubungan dengan kondisi masyarakat sehingga perlu dipikirkan dan dipertimbangkan oleh penyelenggara dakwah Al Bahjah TV. Dalam kondisi ini diperlukan metode dakwah yang berbeda di era informasi sekarang ini agar aktivitas dakwah dapat dilakukan secara terus menerus disetiap waktu dan di semua tempat.

Berdasarkan hasil penelitian, perubahan paradigma dakwah dengan konsep Thomas Kuhn memiliki empat tahapan menggunakan teori *New Media*. Dua

pandangan yang diteliti yaitu interaksi sosial dan integrasi sosial pada media *live streaming* Al Bahjah TV dapat disimpulkan bahwa: 1). **Segi interaksi sosial**, perubahan paradigma konsep Thomas Kuhn. Thomas Kuhn melalui *Tahap pertama* yaitu Tahap Paradigma Lama.

Dalam kasus ini Media Al-Bahjah TV memanfaatkan keberadaan internet sebagai media dakwah, karena internet telah menjadi sebuah kebutuhan dan merupakan cara yang strategis untuk menjaga dan mendidik generasi muda untuk siap dan matang dalam menghadapi serangan-serangan *negatif* dari media internet.

Media ini dihadirkan untuk menciptakan masyarakat berakhlak mulia yang berlandaskan al-quran dan sunnah nabi muhammad saw.

Tahap kedua yaitu Tahap Anomali, Dalam tahap ini Media Al Bahjah TV memiliki paradigma bahwa ajaran dakwah islami adalah ajaran yang bersumber dari Al Qur'an dan As Sunnah, wajib di yakini dan di terima sebagai kebenaran mutlak yang tidak bisa di ganggu gugat karena paham ini berasal dari teks yang sudah tertulis dalam kitab suci sehingga lebih menekankan pada aspek batinniah serta moralitas yang dikandung oleh ajaran agama, dimana setiap materi program yang ditayangkan memiliki batasan batasan tertentu. Dengan demikian pada tahap ini di bangun sebuah pendekatan doktrin spiritual pada setiap khalayak.

Tahap ketiga yaitu Tahap Krisis, pada tahap ini sebagian khalayak yang selama ini mengikuti kajian dakwah merasa terbelenggu

dalam doktrin agama dan keyakinan yang dianut sehingga khalayak terkurung dalam kehidupan agama yang statis dan berfikir bahwa dakwah Islam memiliki doktrin dan ikatan- ikatan tradisi lama yang harus dilakukan dekonstruksi terhadap pemahaman doktrin yang selama ini ada.

Tahap keempat yaitu Tahap Paradigma baru, pada tahap ini media Al Bahjah TV berbasis *live streaming*, akan menghadirkan perubahan paradigma dari segi khalayak, khalayak yang sebelumnya merasa terkurung dalam doktrin dan keyakinan yang statis, dengan kemajuan media dakwah Al Bahjah Berbasis *Live streaming*, khalayak atau masyarakat bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai, dengan demikian pemaksaan kehendak dapat dihindari. Dengan kemajuan teknologi dan hak bebas berpendapat menjadikan setiap dakwah yang disampaikan apabila penyelesaian masalah yang di sampaikan para pendakwah berbeda dengan keinginan batin khalayak akan berdampak hilangnya rasa hormat dan berkurangnya nilai sopan santun dengan seorang guru. Apabila kondisi tersebut terjadi terus menerus akan semakin banyak khalayak dengan sekelompok orang tertentu menyatakan ketidaksenangan dan semakin mudah dan gencar untuk menyebarkan kebencian terhadap da'i. Pada akhirnya pesan yang disampaikan tidak akan dapat diterima secara baik oleh khalayak, dikarenakan masyarakat yang aktif menggunakan internet merupakan pengguna internet yang aktif, interaktif dan kritis.

2.Segi integrasi sosial. Pada *tahap pertama* yaitu Tahap Paradigma lama, di mana Media dakwah diartikan sebagai alat yang menghubungkan pesan dakwah yang disampaikan oleh pendakwah kepada ummat. Media Al-Bahjah TV dihadirkan sebagai media dakwah referensi ummat Islam, selain

menggunakan media streaming melalui website resmi Al-Bahjah TV dan aplikasi playstore, Al-Bahjah TV juga menggunakan media sosial untuk meyalurkan materi yang disampaikan dimedia streaming.*Tahap kedua* yaitu Tahap Anomali, pada tahap ini media *live streaming* memiliki kelebihan untuk menembus ruang dan waktu, kelebihan ini di harapkan mampu untuk menjadikan media Al-Bahjah TV resmi menjadi sumber referensi tetapi media sosial lah yang selama ini masih mengungguli khalayak sebagai pengguna terbanyak, maka Al-Bahjah TV menayangkan pula kajian dakwah yang di tayangkan di website resmi dan aplikasi Al-Bahjah TV untuk di tayangkan secara bersamaan di berbagai media sosial atau fanpage Al-Bahjah. *Tahap ketiga* yaitu Tahap Kritis, pada tahap inikhalayak lebih cenderung menyukai media sosial dalam berselancar di dunia maya karena kemudahan akses dalam mencari berbagai informasi termasuk dakwah, media *live streaming* Al Bahjah di anggap sebagai media dakwah dengan keterbatasan ruang, karena memiliki kekurangan dalam aplikasi media *live streaming* tersebut, .seperti tidak adanya kolom komentar untuk tanya jawab, maka khalayak lebih cenderung menikmati kajian dakwah melalui media sosial atau Fanpage daripada media *streaming* sedangkan masyarakat yang aktif berinternet tidak akan pernah puas dengan adanya perkembangan teknologi. *Tahap keempat* yaitu Tahap Paradigma Baru, pada tahap ini, penggunaan media *live streaming* resmi Al Bahjah TV kurang memiliki kontribusi dalam penyebaran dakwah karena khalayak lebih menyenangi menyaksikan dakwah melalui media sosial, maka kesan yang didapatkan adalah tidak ada nilai guna lebih atau bukanlah menjadi sumber referensi utama melainkan hanya sebagai aplikasi biasa

karena tak ada bedanya dengan media sosial fanpage Al-Bahjah TV.

Politik media dakwah Al-Bahjah TV juga terlihat pada bagaimana sebuah media mengatur dan menyusun manajemen sebuah acara dakwah termasuk dalam memilih dan mengundang pendakwah dalam berkolaborasi untuk memberikan materi, salah satu bukti nyata yang terlihat pada postingan kolaborasi antara Buya yahya dengan para habaib mengundang bertambahnya penonton dikarenakan para habaib memiliki santri dan pengikutnya sendiri, nilai tambah ini lah yang menjadikan program acara Al Bahjah TV memiliki tambahan penonton dan contoh kasus lainnya adalah saat Buya Yahya bersanding dengan Ustad Abdul Shomad yang di ketahui adalah seorang pendakwah yang memiliki jam terbang yang tinggi dengan antusiasme masyarakat yang tinggi. pemilihan kolaborasi pemateri dakwah yang dilakukan dan diatur sedemikian rupa oleh media Al Bahjah TV memiliki dampak pada peningkatan penonton dalam menyaksikan program Al Bahjah TV.

Struktur media Al-Bahjah dalam segi pemilihan pemateri dakwah sangat mendorong pada dampak penentuan peningkatan rating yang saat ini di rasakan oleh media *live streaming* adalah dengan memilih seberapa banyak penonton pada media itu dan seberapa antusias masyarakat dalam menyaksikan dakwah. Proses pendirian LDP Al Bahjah yang memiliki banyak peminat santri untuk menimba ilmu keagamaan dimanfaatkan oleh pemilik modal untuk melakukan penetrasi pasar untuk mempercepat penerimaan masyarakat. pada masa -masa awal munculnya penyiaran RadioQU hanya menjangkau wilayah LDP Al Bahjah. lalu dikarenakan banyaknya alumni dari LDP Al Bahjah yang tersebar di seluruh wilayah di Indonesia dan juga pemilik LDP Al

Bahjah yaitu Kyai Yahya Zainul Maarif merupakan seorang pendakwah yang memiliki nama besar di Indonesia, sehingga media dakwah RadioQu tersebar secara perlahan di beberapa wilayah di Indonesia tetapi dengan adanya keterbatasan media dakwah berbentuk radio yang dibatasi oleh jangkauan frekuensi dan biaya serta adanya kemudahan dan kemajuan teknologi dengan biaya yang lebih terjangkau menjadi perluasan dan pengembangan media menjadi TV streaming dengan tujuan agar masyarakat baik di Indonesia maupun di luar negeri dapat menyaksikan dan mendapatkan wawasan tambahan mengenai ilmu keagamaan serta dapat menjawab segala problematika dalam hal keagamaan.

Semakin maraknya perkembangan bisnis di industri media pada saat ini, seiring berjalannya waktu pertumbuhan ekonomi RadioQu sangat positif dari tahun ke tahun. Hal ini menjadikan RadioQu pun telah menyebar di berbagai wilayah di Indonesia, beberapa Frekuensi yang ada diantara lainnya :RadioQu Cirebon 92.9 FM, RadioQu Bogor 1089 AM, RadioQu Purbalingga 107.5 FM, RadioQu Batam 104.7 FM, RadioQu Tangerang (Streaming), RadioQu Bekasi (Streaming), RadioQu Karimun 89.2 FM, RadioQu Aceh 93.6 FM, RadioQu Kuningan 104.8 FM, RadioQu Palembang (Streaming), RadioQu Majalengka 92.4 FM, RadioQu Pontianak 88.0 FM, RadioQu Hongkong (Streaming) dan RadioQu Bandung 1107 AM.

Dalam perspektif ekonomi politik media Al-Bahjah TV, perubahan dan dialektika yang terjadi berkaitan dengan posisi dan peranan media komunikasi. Al-Bahjah TV melakukan perkembangan media dari media Radio bernama RadioQu sehingga merambah media TV Streaming yaitu Al Bahjah TV. perkembangan ini dilandasi oleh beberapa hal yaitu : (1) Mengikuti

perkembangan zaman dan teknologi dengan kemudahan mengakses media dakwah. (2) Dari segi biaya, TV Streaming lebih terjangkau dibandingkan media radio. Dan (3) Media TV lebih mudah di cerna oleh berbagai pihak dikarenakan adanya visual dan audio.

Media Al-Bahjah dalam Struktur Media mengajak masyarakat yang pada kenyataan di lapangan merekrut karyawan yang bekerja dalam menjalankan media ini dari ruang lingkup santri dengan menyebarkan sebuah komunitas yang

bernama sahabat *community* Al Bahjah, dalam ekonomi politik media , ada beberapa point yang dapat di manfaatkan oleh media Al Bahjah TV berbasis *live streaming* dengan merekrut karyawan media dari komunitas sahabat yang merupakan santri dan santriwati LDP Al Bahjah yaitu mendorong nilai efisien dalam segi biaya produksi maupun dalam menggajian karyawan. Karena penekanan biaya dalam sebuah media di rasa sangat perlu untuk menunjang keberlangsungan sebuah media.

Tabel 1
Perubahan Paradigma Industri Media Dakwah Di Era Digital

	Paradigma Lama	Anomali	Krisis	Paradigma Baru
Interaksi Sosial	Media ini dihadirkan untuk menciptakan masyarakat berakhlak mulia yang berlandaskan al-quran dan sunnah nabi muhammad saw.	Ajaran yang bersumber dari Al Qur'an dan As Sunnah, wajib di yakini dan di terima sebagai kebenaran mutlak yang tidak bisa di ganggu gugat sehingga lebih menekankan pada aspek batinniah serta moralitas yang dikandung oleh ajaran agama	Khalayak merasa terbelenggu dalam doktrin agama dan keyakinan yang dianut sehingga khalayak terkurung dalam kehidupan agama yang statis dan berfikir bahwa harus dilakukan dekonstruksi terhadap pemahaman doktrin yang selama ini ada.	Media dakwah Al Bahjah Berbasis <i>Live streaming</i> , Dengan kemajuan teknologi dan hak bebas berpendapat menjadikan setiap dakwah yang disampaikan apabila penyelesaian masalah yang di sampaikan para pendakwah berbeda dengan keinginan khalayak akan berdampak berkurangnya nilai sopan santun dengan seorang guru, maka sekelompok orang yang ketidak senangan dengan kegiatan perbaikan akhlak akan semakin mudah dan gencar untuk menyebarkan kebencian terhadap da'i dan pada akhirnya pesan yang disampaikan tidak akan dapat diterima secara baik oleh khalayak
Integrasi Sosial	Media Al Bahjah TV dihadirkan sebagai media dakwah referensi ummat Islam, selain menggunakan media streaming melalui website resmi Al Bahjah TV dan aplikasi	Media resmi <i>live streaming</i> Al Bahjah TV memiliki kelebihan untuk menembus ruang dan waktu, tetapi media sosial selama ini masih mengungguli khalayak sebagai	khalayak lebih cenderung menyukai media sosial dalam berselancar di dunia maya karena kemudahan akses dalam mencari berbagai informasi termasuk dakwah, media <i>live streaming</i> Al Bahjah	Penggunaan media <i>live streaming</i> resmi Al Bahjah TV kurang memiliki kontribusi dalam menyebarkan dakwah karena khalayak lebih menyenangi menyaksikan dakwah melalui media sosial, maka kesan yang didapatkan adalah tidak ada nilai guna lebih atau bukanlah menjadi sumber referensi utama

	playstore, Al Bahjah TV juga menggunakan media sosial untuk meyalurkan materi yang disampaikan dimedia streaming.	pengguna terbanyak, maka Al Bahjah TV menayangkan pula kajian dakwah di berbagai media sosial atau fanpage Al Bahjah.	di anggap sebagai media dakwah dengan keterbatasan ruang, karena memiliki kekurangan dalam aplikasi media <i>live streaming</i> tersebut, . maka khalayak lebih cenderung menikmati kajian dakwah melalui media sosial atau Fanpage daripada media <i>strreaming</i>	melainkan hanya sebagai aplikasi biasa karena tak ada bedanya dengan media sosial fanpage Al Bahjah TV.
--	---	---	--	---

LDP Al-Bahjah melakukan perluasan pasar baru sebagai media dakwah dengan mendirikan Al Bahjah TV. Media yang didirikan oleh Al Bahjah merupakan perpanjangan dari media yang didirikan sebelumnya yaitu Radio Qu, pencapaian ruang baru ini, tidak hanya sebagai ruang baru dalam berdakwah, fakta yang ada dilapangan adalah media baru Al Bahjah TV juga di manfaat oleh Pemilik media dalam mempromosikan buku- buku karya nya, buku yang berisi materi dakwah dan buku yang berdasarkan pada program acara yang di bangun. Pemanfaatan media baru ini menjadi pasar baru dalam meningkatkan pundi – pundi material pemilik media, karena cara promosi buku – buku tersebut dapat mendulang peningkatan penjualan buku- buku tersebut. Selain buku- buku yang di promosikan dalam media ini, ada juga beberapa kali media ini di manfaatkan untuk mempromosikan LDP atau Lembaga Pendidikan Dakwah Al Bahjah TV mulai dari infomrasi penerimaan santri baru sampai pengenalan program pendidikan yang ada di LDP Al Bahjah. memanfaatkan media baru ini sangat memiliki nilai efisiensi dan menekan biaya dalam mempromosikan sekolah.

Kelebihan media *live streaming* dalam hal ini selain dapat menjangkau segala wilayah juga dapat menembuh waktu, kemudahan dalam teknologi era digital dimanfaatkan pula oleh pemilik media untuk sisi promosi baik buku karya beliau juga LDP Al Bahjah sehingga makna dan visi dari di dirikannya media Al Bahjah TV yang sesungguhnya memiliki pergeseran makna, penyebaran dakwah dibutuhkan bantuan secara finansial.

Politik media yang di bangun melalui segi diversifikasi oleh pemilik media memiliki unsur determinisme ekonomi yaitu menjadi penting untuk dilakukan mengingat peluang pasar yang bisa mendatangkan keuntungan yang berlipat ganda, tidak hanya mentargetkan seberapa banyak khalayak yang menikmati program pada media ini, tetapi ada keuntungan lain yang dapat dilipat gandakan mengingat begitu banyak bisnis yang di bangun oleh pemilik media, tidak dapat di pungkiri di kemudian hari tidak hanya buku dan LDP Al Bahjah yang di promosikan tetapi akan ada bisnis-bisnis lainnya yang dengan mudah memanfaatkan kemudahan media untuk memperkenalkan bisnis baru kepada khalayak dalam menambah nilai finansial

untuk memajukan media dakwah Al Bahjah TV.

SIMPULAN

Setelah melakukan penelitian di Al-Bahjah TV dan RadioQu ada beberapa temuan permasalahan dalam penelitian pada perubahan paradigma dan diversifikasi industri media dakwah TV *live streaming* Al-Bahjah TV. Perubahan paradigma industri media dakwah di era digital—menggunakan teori media baru dalam media *live streaming* Al-Bahjah TV—menekankan pada segi interaksi sosial dan integrasi sosial. Perubahan paradigma dengan konsep Thomas Kuhn melalui tahap paradigma lama, tahap anomali, tahap krisis dan tahap paradigma baru.

Pada faktor *Kekuatan Pemilik modal*, pemilik media sekaligus pemilik modal media dakwah Al-Bahjah TV menentukan struktur dan manajemen media untuk mengatur suatu acara dakwah termasuk dalam memilih dan mengundang pendakwah dalam berkolaborasi untuk memberikan materi, seperti pendakwah yang memiliki banyak santri (pengikut) atau pendakwah yang sedang diminati banyak khalayak. Karyawan media juga dipilih dari kalangan santri LDP Al-Bahjah sebagai salah satu strategi menekan efisiensi.

Pemanfaatan media baru ini menyasar pasar baru dalam meningkatkan pundi-pundi materil pemilik media, karena media ini dimanfaatkan tidak hanya untuk berdakwah tetapi juga untuk mempromosikan buku karya Buya Yahya dan promosi LDP Al-Bahjah. Selain itu, banyak bisnis yang dibangun pemilik media juga dipromosikan dalam Al-Bahjah TV.

Hasil penelitian pertama menunjukkan bahwa pendakwah maupu khalayak dapat saling memanfaatkan kemajuan internet dalam mewujudkan kemajuan media baru

dengan mengedepankan dua pandangan yaitu pandangan interaksi sosial dan integrasi sosial.

Penelitian kedua menunjukkan poses produksi pengembangan (diversifikasi) penyajian dakwah dari radioQu menjadi TV *Live streaming* Al-Bahjah TV. Hal ini bisa menjadi bahan rujukan pada penelitian selanjutnya secara kritis khususnya terkait studi ekonomi politik media menyangkut diversifikasi TV *Streamng* Al-Bahjah TV dengan menyertakan dua *entry point* yang lain, yaitu strukturasi dan komodifikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen Giant, Mike Owens. *The Definitive Guide to SQLite*. New York : Aspress
- Bagdakian., Ben H. *The New Media Monopoly*. Boston:Beacon Press. 2004
- Baran, J Stanley. dan Dennis K. Davis, *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Boston: Wadsworth Cengang Learning. 2009
- Carlin V, Artioli AJ, Matsumoto MA, Filho HN, Borgo E, Oshima CTF, Ribeiro DA, *Biomonitoring of DNA Damage and Cytotoxicity in Individuals Exposed to Cone Beam Computed Tomography*. Dentomaxillofacial Radiology, 2010
- Fakhruroji, Moch. *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media. 2017
- Fandi, Tjiptono. *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial, majalah Manajemen Usahawan Indonesia*. Jakarta. 2005
- Graciano, A.M. Raulin, M.L., *Research Methods : A Process of Inquiry 4 th Ed*. Boston :Allyn and Bacon. 2000
- Heiner, Robert. *Social Problem An Introduction to Critical Constructionism*, New York: Oxford University Press . 2006
- Ishadi SK. *Manajemen media Televisi di Tengah Perkembangan Teknologi dan Peran Ekonomi Politik Media di Indonesia*. Dalam Diyah Hayu Rahmitasari. *Potret Manajemen Media di Indonesia*. Yogyakarta: Total Media. 2001
- Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2011
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- Kuhn, Thomas S. *The Structure of Scientific Revolution*, Leiden: Institut Voor Theoretische Biologic, 1962
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. *Teor Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika. 2011
- Moleong, L.J. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2011
- Mosco, Vincent. *The Political Economy of Communication*. London, SAGE Publications, Thousand Oaks. 2009
- Mulyana, Dedy. *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : Remaja Rosdakarya. 2004
- Noor, Henry Faizal. *Ekonomy Media*. Jakarta, PT Rajagrafindo Persada. 2010
- Prabowo, R Cahyo, *Manfaat Media Online/Media Baru (New Media)dalam era Modernisasi dan Digitalisasi*. 2013
- Rakhmat, Jalaluddin *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001

- Rosyad, A Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1979
- Rosyidi, *.Dakwah Sufistik Kang Jalal*. Jakarta: KPP Paramadina. 2004
- Save M.Dagun, *Kamus Besar Lima Pengetahuan*(Jakarta: Lembaga Kebudayaan Nusantara, TT)
- Siregar, Ashadi. *Menyingkap Media Penyiaran: Membaca Televisi Melihat Radio*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian Pendidikan Penerbitan Yogya. 2001
- Solomon, Michael R. *Consumer Behavior : Buying, Having and Being, 9th ed.,. New Jersey: Pearson Addison Wesley*. 2011
- Subagyo, P Joko, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006
- Surajiyo. *Filsafat dan perkembangan di indonesia, jakarta: PT. Bumi aksara, Ilmu dan Metologi penelitian*. Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET. 2008
- Strauss, Anselm dan Juliet Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif: Tatalangkah dan Teknik-Teknik Teoritisasi Data*, penerjemah Shodiq dan Imam. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2003
- Wahid Umaimah, *Komunikasi Politik : Teori, konsep dan Aplikasi pada Era Media Baru*. Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2016
- Yin, Robert K. 2015. *Studi Kasus: Desain Dan Metode*. Jakarta. RAJAWALI PERS
- Fatmawati, 2010. Paradigma Baru Mengemas Dakwah Melalui Media Televisi di Era Globalisasi. Purwokerto. Komunikasi Universitas STAIN Purwokerto.
- Lase, J, Formas dan Oriza. A.R, *Jurnal :Ekonomi dan Diversifikasi Media Massa*. Jakarta. Universitas Kristen Indonesia . 2014
- Lumasa, Ihsan Rimra dan Wiwik Wiharti, ". *Jurnal Ilmiah Poli Rekayasa, Vol 3:2 : Pemanfaatan Jaringan Komputer Sebagai Aplikasi Pendistribusian Siaran Televisi Menggunakan Teknologi Video Live streaming,*.
- Pardianto. *Jurnal: Meneguhkan Dakwah Melalui Media Baru*. Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. 2013
- Santosa, Gatot, dkk, *Jurnal Teknologi Technoscintia, Vol.3:1 : Aplikasi Live streaming Multimedia Pada M-Doctor dengan Selular WCDMA*.
- <https://www.AlbahjahTV.com>
- <https://seindahsunnah.com/kabar-islam/daftar-radio-dan-TV-lokal-atau-internet-islami-se-indonesia/>
- <https://tirto.id/wajah-acara-TV-ramai-ramai-menayangkan-konten-dakwah-islami-cLKs>