

ISSN : **2987-078X**
E-ISSN : **2987-078X**
DOI : [10.19109/tabayyun](https://doi.org/10.19109/tabayyun) by Crossref
Volume 05 Nomor 02 Desember 2024
<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/tabayyun>

Peran RAFA TV dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Studi Kasus pada Program Kurma

RAFA TV'S Role in Delivering Processing Message Case Study In The Kurma Program


Aria Tan Ifin¹⁾, Achmad Syarifudin²⁾, Muslim³⁾

¹⁾Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

²⁾Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

³⁾ Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

Email: mr.ari2021@gmail.com.

History Received : 27 Februari 2023 Revised : 07 Desember 2023 Accepted : 14 Juni 2026 Published : 30 Desember 2025	Publisher: Program Studi Jurnalistik Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia Licensed: This work is licensed under a Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional . 
--	---

Abstrak

Perkembangan industri digital di abad 21 hari ini, telah memberikan perubahan yang signifikan di berbagai lini kehidupan manusia. Berbagai macam kebutuhan manusia sudah mulai diakomodasi oleh produk-produk media digital. Termasuk dakwah yang berbasis pada media digital juga akhirnya hadir di tengah masyarakat Indonesia. Salah satu kombinasi yang menarik dibahas adalah bagaimana bentuk kombinasi dari media digital sebagai produk komunikasi massa dan pengolahan konten dakwah di dalam televisi komunitas akademik. Dengan konteks pengembangan media dakwah digital inilah kemudian skripsi ini mengambil tema penelitian di televisi komunitas RAFA TV. Secara deskriptif analitis akan diperlihatkan tentang bagaimana peranan RAFA TV sebagai bagian dari televisi komunitas dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui program acara KURMA (Kuliah Ramadhan). Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan pengumpulan dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Model Miles dan Huberman digunakan sebagai teknik analisis data yang siklusnya dimulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, verifikasi dan inferensi. menampilkan hasil penelitian bahwa, program acara KURMA adalah salah satu program acara spesial di bulan Ramadhan yang menyajikan konten-konten dakwah Islam dalam bentuk *talkshow*. Program acara KURMA telah dijalankan sejak 2019 dan akan terus dilanjutkan untuk memberikan alternatif informasi Islami di tengah masyarakat. Peran dakwah dari RAFA TV melalui Program acara KURMA perlu dilihat dari dua aspek. Pertama, aspek materi dan metode dakwah di program acara KURMA. Kedua, dari aspek model media komunikasi massa berbasis digital. Adapun dari aspek yang pertama, Program KURMA menampilkan tiga

materi Dakwah Islamiyah yang berkaitan dengan aqidah, hukum dan akhlak. Ketiga materi dakwah tersebut dikemas oleh tim produksi KURMA dengan metode dakwah *Al-Mujadalah Bi-Lati Hiya Ahsan*, yakni sebuah metode dakwah dengan cara diskusi secara rasional. Selanjutnya pada aspek yang kedua, program KURMA memiliki potensi massa yang cukup banyak dan perlu dikembangkan secara lebih optimal lagi.

Kata kunci: Komunitas; Dakwah Islamiyah; Komunikasi Massa

Pendahuluan

Media berbasis teknologi bermunculan sebagai penyalur informasi, termasuk penyiaran. Perkembangan penyiaran layanan publik, seperti radio dan televisi, memfasilitasi pengumpulan dan pemrosesan informasi tersebut secara cepat. Siaran televisi diakses dan diproses hingga dikumpulkan oleh pengguna akhir sebagai unit data, yang mungkin sebagian atau seluruhnya.

Dari sini, prinsip awal dan Tujuan utama dakwah adalah memahami kebahagiaan dan kemakmuran hidup di dunia dan akhirat yang dirahmati oleh Allah SWT. yaitu dengan menanamkan nilai-nilai yang dapat membawa kebahagiaan dan kemakmuran serta dirahmati oleh Allah SWT. sesuai dengan aspek atau bidangnya masing-masing. Untuk menjadikan dakwah sebagai sarana dakwah kepada manusia agar semua orang dapat menerima dakwah selama berabad-abad, maka gerakan dakwah harus waspada dan peka dalam menghadapi segala persoalan sosial. Artinya dalam pelaksanaan dakwah harus memperhatikan segala sesuatu yang dapat mendukung pelaksanaan dakwah secara efektif dan efisien.

Yang sangat perlu diperhatikan dalam dakwah adalah pemilihan media sebagai sarana penyebaran pesan dakwah. Artinya, agar dakwah Islam dapat mewarnai seluruh aspek kehidupan manusia, maka perkembangan media dakwah harus selaras dengan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan peradaban manusia. Media dakwah merupakan bagian yang sangat penting dalam mencapai maksud dan tujuan dakwah.

Di era modern seperti sekarang ini sudah menjadi keharusan bagi juru dakwah untuk memanfaatkan segala teknologi yang ada untuk mempermudah pencapaian tujuan dakwah dan sasaran dakwah. Tanpa memanfaatkan media-media yang ada dakwah tidak akan mengalami kemajuan. Justru itu para penyelenggara dakwah harus arif dalam menempatkan media-media yang dapat menunjang kelancaran dakwah.¹

Berdasarkan studi pendahuluan yang penulis lakukan dengan melakukan observasi terhadap konten program KURMA secara *online* dan mini riset terhadap kondisi lapangan Rafa TV, telah ditemukan bahwa Universitas Islam Negeri raden Fatah telah berpartisipasi dalam ruang dakwah digital, salah satu program acara Rafa TV yang sarat dan penuh pesan dakwah adalah program acara KURMA. Yaitu program acara pada bulan Ramadhan yang secara spesifik membahas ajaran-ajaran agama Islam dan fenomena keagamaan yang banyak terjadi di bulan Ramadhan. Berdasarkan konteks dakwah, media televisi, peran Rafa TV, pesan-pesan ajaran islam dalam program

¹M. Jakfar Puteh, *Dakwah di Era Globalisasi: Strategi Menghadapi Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: Ak Group, 2006), h. 135-136

KURMA, penulis tertarik untuk meneliti secara spesifik pada pesan-pesan dakwah dan peran Rafa TV dengan studi kasus program KURMA.

Metode Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif yakni data berbentuk konsep atau data yang digambarkan dan dikumpulkan dalam kata dengan mengangkat dan menguraikan seluruh masalah yang berkaitan dengan Peran Rafa TV dan Program KURMA dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Penelitian ini juga akan dimasukkan pada deskriptif kualitatif, metode ini berdasarkan pada jenis data yang dikumpulkan tidak menggunakan bentuk data-data kuantitatif, yaitu suatu data yang terkumpul dari hasil olah statistik angka-angka. Namun, mengumpulkan data-data yang bersifat analisis deskriptif terhadap narasi, kalimat, dan kata-kata. Hasil pembacaan data akan diinterpretasikan berdasarkan dengan pendekatan-pendekatan yang umum dipergunakan dalam metode interpretatif. Dengan mendeskripsikan maka akan menemukan kesimpulan yang telah diuraikan pada objek penelitian.²

Sumber data disini yakni dari sumber data yang dikaji dari penelitian tayangan dari Rafa TV khususnya pada program acara KURMA dalam menjalankan dan mendistribusikan pesan-pesan dakwah. Adapaun proses distribusi program acara KURMA dikelompokkan menjadi data primer. Sedangkan, data sekunder yakni menggunakan buku-buku yang berkaitan dengan teori-teori komunikasi massa, media dakwah, dan lain sebagainya yang memiliki relevansi dengan tema penelitian.

Hasil dan pembahasan

Analisis deskriptif peran dakwah Rafa TV dalam Program acara KURMA

Pada bagian sebelumnya telah disebutkan sekilas mengenai bagaimana posisi Program Acara KURMA di RAFA TV, yakni sebagai bagian dari program spesial selama bulan Ramadhan dengan memasukkan berbagai tausyiah dan studi keilmuan Islam yang hidup di tengah-tengah masyarakat. Maka pada bagian ini penulis akan mendeskripsikan analisis peranan Program acara KURMA dari segi dakwah islamiyah di RAFA Televisi. Sebelum mengolah analisis pada acara KURMA, pembahasan ini akan diawali dari bentuk komunikasi massa dalam program KURMA.

1. Komunikasi massa dalam Program KURMA

Komunikasi massa secara umum dimaknai dengan pemberian suatu informasi satu arah dari satu pihak kepada khalayak umum, bersifat menyebar di berbagai belahan tempat yang mungkin diakses, bervariasi dan anonim di berbagai khalayak sejauh alat komunikasi tersebut mampu menyampaikan pesannya. Luasnya cakupan pesan yang diakses oleh satu pihak dalam rentang waktu yang relatif cepat dan serentak sifatnya maka akan sangat membutuhkan suatu alat yang canggih.³

² Mukhtar, *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*, (Jakarta:GP.PressGroup, 2013),h.10-11.

³ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), hlm.

Kecanggihan sebuah alat dalam mengolah informasi direkayasa sedemikian rupa dengan bentuk media komunikasi.

Adapun RAFA TV yang dikelola oleh UIN Raden Fatah Palembang termasuk ke dalam salah satu media massa berbasis digital yang dapat diakses secara serentak. Maka RAFA TV dapat dikatakan memiliki peran sebagai media komunikasi massa yang potensial memberikan sumber informasi di tengah khalayak. Media massa yang dimaksudkan adalah media platform channel Youtube dan basis televisi komunitas di lingkungan kampus Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Peranan yang besar inilah dalam satu arah akan menunjukkan ruang-ruang bagi dakwah Islamiyah untuk berkembang. Perkembangan dakwah islamiyah di RAFA TV terjadi cukup dominan dalam pemilihan program acara baik secara format dan bentuk acara tersebut maupun dari tema-tema pembahasan yang disampaikan dalam beberapa program acara yang diproduksi oleh RAFA TV. Berdasarkan hasil temuan peneliti di lapangan terkait dengan kecenderungan dakwah Islamiyah yang didistribusikan oleh RAFA TV adalah beberapa program acara semisal Hikayat Qalbu yang mengambil format acara berupa *talkshow* dengan pembahasan mengenai pengalaman keberagaman seorang muslim ketika menemukan nilai-nilai Islam di kehidupannya berupa hidayah islamiyah.

Selain Hikayat Qalbu, terdapat beberapa acara yang mengambil pembahasan dan tema yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung terhadap ibadah umat muslim seperti yang didistribusikan produksinya pada program acara Kajian Rafa. Pada program acara ini bahkan melibatkan utadz dan ustadzah yang terjun langsung ke masyarakat dalam menyulahi *tafaqquh fiddin*.

Program acara terakhir yang memberikan dakwah islamiyah dalam konten produksinya adalah program acara KURMA atau yang lebih dikenal juga dengan Kuliah Ramadhan. Berdasarkan hasil pengamatan dan observasi penulis di Rafa TV, ditemukan bahwa program acara KURMA adalah program khusus dalam menyemarakkan momentum bulan Ramadhan di saat umat Islam sedang menjalankan ibadah puasa. Pada prakteknya ibadah puasa di bulan Ramadhan yang dilakukan oleh umat muslim di Indonesia lebih dari sekedar ritual ibadah menahan lapar dan dahaga dengan berbagai macam syarat dan ketentuannya. Bulan Ramadhan sendiri merupakan bulan yang membawa satu corak kebudayaan tersendiri yang jarang ditemukan di berbagai belahan dunia manapun. Beberapa kesamaan yang akan ditemukan antara bulan Ramadhan di Indonesia di bandingkan dengan Ibadah Ramadhan di negara-negara dengan penganut islam lainnya adalah meningkatnya berbagai macam kegiatan ibadah di bulan Ramadhan tersebut.

Meningkatnya semangat menjalankan berbagai ibadah di bulan Ramadhan dengan sendirinya akan membawa kebutuhan tentang pengetahuan keagamaan yang menopang berbagai macam ajaran tentang menjalankan ibadah tersebut baik yang diwajibkan seperti berpuasa itu sendiri ataupun yang bersifat tambahan atau *sunah* seperti solat tarawih dan lain sebagainya. Dalam kebutuhan yang besar terhadap komunikasi informatif di bidang keilmuan agama Islam maka media massa sebagai

sebuah alat komunikasi massa RAFA TV juga mengambil inisiatif yang sama untuk melengkapi ruang-ruang dakwah islamiyah di dunia digital.⁴ Kemasan dan materi *talkshow* di dalam KURMA secara keseluruhan terus dilakukan di setiap bulan Ramadhan dengan mengambil fenomena keseharian yang dekat dengan masyarakat Sumatera Selatan umumnya, dan bagi mahasiswa UIN Raden Fatah.

2. Peran dakwah Program Acara KURMA

a. Konsepsi dakwah dalam Program acara KURMA

Dakwah secara definif adalah sebetuk usaha yang kreatif untuk melakukan ajakan kebenaran Islam secara terus menerus kepada khalayak baik internal sesama umat Islam maupun eksternal selain umat Islam.⁵ Tujuan hasil dakwah sedapat mungkin menghasilkan sikap hidup yang bijaksana dalam berpikir maupun bertindak. Dalam keseharian pola dakwah yang mengajak lebih umum terlihat seperti sebuah panggilan atau ajakan atau nasihat yang berbentuk komunikasi verbal. Namun, dakwah sendiri berbentuk lebih kompleks yang mempertimbangkan banyak aspek dan konteks agar pesan-pesan yang dikomunikasikan dalam dakwah tersebut dapat tersampaikan dengan baik. Kompleksitas permasalahan dan pertimbangan ketika mengkomunikasi nilai dakwah islamiyah inilah memberikan kebebasan seluas-luasnya bagi seluruh umat muslim untuk berdakwah secara kreatif dan menarik untuk diikuti. Kesan dakwah yang menarik inilah akhirnya yang menunjukkan bahwa sebuah komunikasi dakwah Islamiyah telah berhasil tersampaikan dengan baik.

Kembali lagi bahwa, kreatifitas dalam dakwah memerlukan seperangkat alat dakwah yang proporsional dan aplikatif menjangkau umat muslim seluas-luasnya. Media komunikasi massa dalam beberapa keadaan mampu mengakomodir kebutuhan sebaran distribusi informasi yang cepat dan serentak dalam satu momentum. Terlebih lagi do era perkembangan teknologi digital yang telah menghasilkan satu budaya digital tersendiri. Budaya digital hari ini sudah selayaknya mampu dimanfaatkan sebaik mungkin oleh insan media massa digital untuk memberikan alternatif konten dakwah yang mudah diterima di tengah masyarakatnya.

Program acara KURMA di RAFA TV memiliki peran besar untuk menjadi media dakwah yang humanis dan raksioner terhadap berbagai permasalahan umat Islam di Sumatera Selatan terutama dalam lingkungan UIN Raden Fatah Palembang. Lembaga yang mengelola aspek-aspek dakwah Islamiyah yang diembankan kepada RAFA TV diimplementasikan melalui KURMA selama bulan Ramadhan. pengemasan dakwah berbasis keilmuan Islam yang ringan dan aktual menjadi nilai tambah tersendiri untuk mengikuti konten dakwah islamiyah yang ditampilkan oleh program acara KURMA. Tema pertama dakwah Islamiyah di bulan ramadhan 1443 Hijriah tepatnya pada bulan april 2022 konten dakwah Islamiyah yang diusung oleh KURMA diawali dengan persiapan menyambut Ramadhan. Serupa dengan setiap edisi di tahun-tahun

⁴ Wawancara pribadi kepada Produser KURMA Bintang Ade Nugraha, pada tanggal 28 September 2022 pukul 10.20 WIB.

⁵ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Semarang, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011, hlm 1-3

sebelumnya, KURMA secara konsisten banyak mengambil pembahasan terkait dengan sosial kemasyarakatan umat Sumatera selatan.⁶ untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam skema gambar di bawah ini.



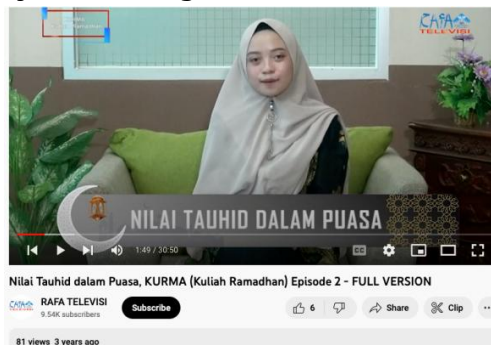
Gambar. 1.6 Tentang diskusi sosial kemasyarakatan



Gambar 1.7 tentang perspektif penetapan 1 syawal



Gambar 1.8. Kajian tentang trend buka bersama di masyarakat



Gambar 1.9 Kajian aqidah di KURMA

⁶ Wawancara pribadi kepada Produser KURMA Bintang Ade Nugraha, pada tanggal 28 September 2022 pukul 10.20 WIB.



Gambar 2.1 kajian perspektif medis dan kesehatan di KURMA



Gambar 2.2 kajian KURMA tentang kajian akhlak pendidikan

b. Materi Dakwah dan metode dakwah di Program acara KURMA

Secara teoritis materi dakwah Islamiyah dapat diklasifikasikan dalam tiga bentuk utama. Pertama, materi dakwah bidang Aqidah yakni hal yang berkaitan dengan keyakinan dasar dalam ajaran Islam. Kedua, materi fiqh yakni hukum syariat yang dibakukan dalam pelaksanaan ibadah di dalam ajaran Islam. Ketiga, Akhlak dan Moral yakni bidang dakwah yang menyentuh berperilaku yang baik dan sesuai dengan prinsip normatif ajaran Islam.⁷

Berdasarkan dengan skema tematis materi dakwah di program acara KURMA dapat disimpulkan bahwa materi dakwah yang digunakan dan diproduksi telah menyentuh ketiga aspek dari materi dakwah yang mendasar. Pada bagian aqidah adalah pada tanggal produksi 17 mei 2019 dengan kajian nilai tauhid di bulan Puasa. Selanjutnya yang kedua pada bagian hukum Islam, pada tanggal produksi acara 4 juni 2019 dengan tema *talkshow* Penetapan Satu Syawal pada dua Ormas Islam di Indonesia. terakhir yang ketiga mengenai bidang materi akhlak dapat ditemukan pada produksi acara tanggal 31 mei 2019, dengan tema Bulan Ramadhan sebagai Bulan Pendidikan. Adapun beberapa tema lainnya menyangkut sisi sejarah bulan Ramadhan

⁷ M. Masyhur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral* (Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2002) hlm. 15

dan hikmah nuzulul Quran pada bulan Ramadhan adalah beberapa tema tambahan yang memperkaya kajian keislaman di program acara KURMA.

Selain materi dakwah yang telah diproduksi oleh RAFA TV melalui Program acara KURMA, perlu dilihat juga metode dakwah islamiyah yang diterapkan dalam acara KURMA. Sebagai landasan melihat metode dakwah Islamiyah perlu dipaparkan secara sekilas tiga metode yang umum dipergunakan dalam dakwah Islamiyah. Pertama, metode dakwah bi al hikmah, yakni metode yang menggunakan aspek-aspek teoritis sebagai landasan berdakwah yang disesuaikan dengan kebutuhan konteks lapangan dakwah.⁸ Kemudian metode yang kedua adalah metode dakwah dengan *mau'izhah hasanah* yakni sebuah metode dakwah secara lisan dengan menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan perkataan yang baik dan lemah lembut dengan tujuan menyentuh kesadaran sanubari dari masyarakat yang mendengarkannya. Terakhir adalah dengan *Al- Mujadalah Bi-Lati Hiya Ahsan*, yakni sebuah metode dakwah dengan cara diskusi ataupun perdebatan secara rasional.

Dari ketiga metode dakwah tersebut, Program acara KURMA lebih dekat kepada metode dakwah yang ketiga yakni metode dakwah *Al- Mujadalah Bi-Lati Hiya Ahsan*. Karena sifat acara talkshow yang diusung oleh KURMA bersifat tanya jawab dan menampilkan berbagai perspektif dari bermacam-macam narasumber yang diundang. Walaupun tidak terjadi perdebatan yang sifatnya berlawanan argumentasi antar *host* dan narasumber namun, metode diskusi sebagai format acara dasar dari KURMA dan metode dakwah *Al- Mujadalah Bi-Lati Hiya Ahsan* lebih tepat diposisikan dalam tujuan dakwah islamiyah yang sama.

3. Peranan program acara KURMA dari RAFA TV dalam menyampaikan pesan dakwah

Berdasarkan deskripsi konsep dakwah yang diproduksi oleh RAFA TV melalui program acara KURMA (Kuliah Ramadhan) tergambar secara umum terkait penggunaan media massa digital yang mampu menjangkau banyak khalayak dan pendengar secara serentak. Pada prinsip umum sebuah komunikasi massa yang memiliki delapan karakteristik umum⁹ yakni di bawah ini:

a. Komunikator terikat insitusi tertentu¹⁰

Pada bagian ini, program acara KURMA dikelola secara sistematis oleh RAFA TV dengan kompleksitas tugas *crew* yang berbeda antar divisi dan jabatannya. Kompleksitas pada proses ini kemudian diikat dalam satu institusi yakni, institusi RAFA TV.

b. Pesan bersifat umum¹¹

Berbagai konten dari Program acara KURMA mengambil pembahasan terkait fenomena dan keilmuan agama Islam yang sering terjadi di sekitar para

⁸ Wahidin Saputra, *Op. Cit.*, hlm. 245.

⁹ Abdul Khalik, *Komunikasi Massa*, (Makassar: AU Press, 2013), hlm. 5

¹⁰ *Ibid.*, hlm 8.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 8

pendengarnya. Bagian umum ini kemudian dikelompokkan berdasarkan tema-tema ajaran seputar Ibadah di bulan Ramadhan.

c. Anonimitas komunikasi¹²

Target dari khalayak penonton program acara KURMA umumnya berupa berbagai lapisan masyarakat dan tidak spesifik pada satu tokoh individu tertentu. Anonimitas ini selanjutnya digeneralisir dari civitas akademika UIN Raden Fatah Palembang dan masyarakat di Sumatera Selatan.

d. Keserentakan¹³

Media massa digital pada platform Youtube RAFA TV sepenuhnya dapat diakses oleh berbagai pihak yang dapat dijangkau oleh jaringan internet secara bersamaan maupun terpisah wilayahnya. Pada bagian keempat ini karakteristik keserentakan akses program acara KURMA di RAFA TV sudah terpenuhi.

e. Berorientasi Isi daripada relasi¹⁴

Keperluan dari tim produksi program acara yang meningkatkan kualitas acara KURMA merupakan salah satu pertimbangan evaluasi program acara KURMA. Konten acara yang berpusat pada dakwah Islamiyah adalah tujuan dasar dari program acara KURMA itu sendiri, dan bukanlah relasi terkait komunikasi narasumber dan *host* saja tapi lebih kepada isi dakwah acara KURMA.

f. Bersifat satu arah¹⁵

Dalam proses produksi program acara KURMA, para pendengar tidak dapat terlibat langsung tentang isi dan struktur acara KURMA. Program acara KURMA ini sepenuhnya bergantung produksinya oleh *crew* RAFA TV.

g. Terbatasnya akses indrawi¹⁶

Produk acara KURMA adalah produk audio-visual. Dengan demikian karakteristik pembatasan stimulus indrawi manusia cukup terpenuhi dalam program acara KURMA.

h. Penundaan *feedback*¹⁷

Terakhir adalah terkait jarak antara institusi RAFA TV yang memproduksi acara KURMA berdiri secara mandiri dan bebas dari para pemirsanya. Maka, terlihat bahwa program acara KURMA tentu tidak akan dapat diberikan *feedback* atau diskusi dengan para pemirsanya secara langsung (tertunda).

Peran RAFA TV sebagai sebuah lembaga melalui program acara KURMA secara eksplisit dapat dilihat sebagai ruang pengenalan bagi mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Raden Fatah Palembang pada dunia *broadcasting*. Sedangkan dari segi dakwah Islamiyah adalah terletak pada sisi media massa digital RAFA TV yang menghadirkan program acara KURMA untuk media komunikasi massa. Terutama ketika produk acara KURMA telah selesai diproduksi, maka konten Program acara KURMA dapat

¹² *Ibid.*, hlm 9

¹³ *Ibid.*, hlm 9

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 10

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 11

¹⁶ *Ibid.*, hlm .12.

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 12.

menyentuh berbagai lapisan masyarakat sekitar kampus UIN Raden Fatah mengenal Islam baik secara aqidah, hukum, dan akhlak dalam ajaran Islam

Kesimpulan

Beberapa kesimpulan penelitian penulis terkait peran dakwah RAFA TV studi kasus program acara KURMA (Kuliah Ramadhan) adalah sebagai berikut

1. Prioritas Program acara KURMA di RAFA TV berupa program spesial bulan Ramadhan. Keunikan dan nilai lebih yang diproduksi oleh tim produksi KURMA adalah dari segi konten *talkshow* yang membahas fenomena keagamaan yang dekat dengan keseharian masyarakat Sumatera Selatan atau civitas akademika UIN Raden Fatah Palembang. Adapun penguat dari prioritas RAFA TV terhadap program acara KURMA adalah dari konsistensi produksi acara selama tiga tahun, yakni sejak tahun 2019 hingga tahun 2022 tetap diproduksi.
2. Peran dakwah dari RAFA TV melalui Program acara KURMA perlu dilihat dari dua aspek. Pertama, aspek materi dan metode dakwah di program acara KURMA. Kedua, dari aspek model media komunikasi massa berbasis digital. Adapun dari aspek yang pertama, Program KURMA menampilkan tiga materi Dakwah Islamiyah yang berkaitan dengan aqidah, hukum dan akhlak. Ketiga materi dakwah tersebut dikemas oleh tim produksi KURMA dengan metode dakwah *Al-Mujadalah Bi-Lati Hiya Ahsan*, yakni sebuah metode dakwah dengan cara diskusi secara rasional. Selanjutnya pada aspek yang kedua, program KURMA memiliki potensi massa yang cukup banyak dan perlu dikembangkan secara lebih optimal lagi.

References

- Amin. M. Masyhur. 2002. *Dakwah Islam dan Pesan Moral*. Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta.
- Bajuri, Adi. 2010. *Jurnalistik Televisi*, Jakarta: Rajawali pers.
- Fachruddin, Andi, *Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, Dan Teknik Editing*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Junaedi, Fajar, 2013 *Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Khalik, Abdul. 2013. *Komunikasi Massa*. Makassar: AU Press, 2013.
- Morissan, *Manajemen Public Relation: Strategi Menjadi Humas Professional*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008
- *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*, Jakarta: Kencana, 2011.
- *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Nasrullah, Rulli, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- Nurudin. 2014. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady, *Metodologi Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.

- Saputra, Wahidin. 2011 *Pengantar Ilmu Dakwah*. Semarang, Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Subagyo, P. Joko, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2015.
- Suwarsono, Muhammad, *Manajemen Strategi: Konsep dan Kasus*, Yogyakarta: YKPN, 2010
- Suwartono. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, (Bandung: Rosda, 2004)
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017.
- Zaenuddin. 2011. *The Journalist*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media