

Strategi Produksi Program Penyiaran KHAS TV dalam Mempromosikan Nilai-Nilai Moderasi Beragama

Nova Saha Fasadena¹

¹IAI Al-Qodiri Jember

¹Umbulrejo, Umbulsari, Jember, Jawa Timur, 68166, Indonesia

¹novahiday@gmail.com

Abstrak

Maraknya radikalisme di kalangan mahasiswa membuat pihak kampus perlu untuk mempromosikan lebih jauh kepada mahasiswa. Untuk itu, keberadaan KHAS TV, stasiun TV yang berada di bawah naungan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan moderasi beragama kepada seluruh sivitas kampus. Namun kru redaksi KHAS TV yang mayoritas masih mahasiswa dituntut memiliki kreativitas yang tinggi di tengah jam kerja yang terbatas. Untuk itu tanpa strategi produksi yang baik, maka produksi siaran tidak akan berjalan dengan baik. Untuk itu, penelitian ini hadir untuk meneliti strategi produksi tersebut, sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi produksi program KHAS TV dalam mempromosikan nilai-nilai moderasi beragama. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif jenis studi kasus, subyek penelitian ditentukan dengan teknik purposive. Teknik pengumpulan datanya adalah observasi dengan bentuk partisipasi pasif, wawancara dengan menggunakan semi terstruktur, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan kondensasi data, penyajian data, dan verifikasi. Validasi data menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi produksi program KHAS TV adalah melalui Program yang diproduksi oleh mahasiswa sendiri, beberapa program bermitra dengan mahasiswa prodi lain. Produk yang dihasilkan adalah 1) Kegiatan Akademik Kampus, 2) PodKHAS, 3) KHAS News, 4) Film Pendek, 5) Film Religi. Nilai nilai moderasi yang menonjol adalah komitmen kebangsaan, toleransi dan akomodatif terhadap budaya lokal.

Kata-kata Kunci: *Moderasi Beragama; KHAS TV; Program Penyiaran; Strategi Produksi.*

Diterima: 11-07-2023

Disetujui: 23-07-2023

Dipublikasikan: 03-08-2023

KHAS TV Broadcast Program Production Strategy in Promoting Religious Moderation Values

Abstract

The rise of radicalism among students makes the campus need to further promote it to students. For this reason, the existence of KHAS TV, a TV station under the auspices of UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, has the responsibility to promote religious moderation to all campus members. However, the editorial crew of KHAS TV, the majority of whom are still students, are required to have high creativity amidst limited working hours. For this reason, without a good production strategy, broadcast production will not run well. For this reason, this research is here to examine the production strategy, so the purpose of this study is to describe the KHAS TV program production strategy in promoting the values of religious moderation. The research method used a qualitative case study type approach, the research subjects were determined using a purposive technique. Data collection techniques are observation with passive participation, interviews

using semi-structured, and documentation. Data analysis uses data condensation, data presentation, and verification. Data validation using triangulation of sources and techniques. The results of the study show that the KHAS TV program production strategy is through programs produced by the students themselves, some programs partner with students from other study programs. The products produced are 1) Campus Academic Activities, 2) PodKHAS, 3) KHAS News, 4) Short Films, 5) Religious Films. The salient values of moderation are national commitment, tolerance and accommodation to local culture.

Keywords: *Broadcast Program, KHAS TV, Production Strategy, Religious Moderation.*

PENDAHULUAN

Mulai tahun 2019 Kementerian Agama mengkampanyekan moderasi beragama pada banyak lembaga dibawah naungan kementerian agama, terutama Pendidikan Tinggi Keagamaan Negeri (PTKN), visi moderasi beragama harus tampak terejawantah dalam Tri Dharma Perguruan Tingginya, mulai dari aspek akademik, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Kampus-kampus PTKIN (Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Negeri), harus memiliki kekuatan riset yang unggul dan distingtif terkait perspektif moderasi beragama, yakni, antara lain, dengan memelopori integrasi ilmu-ilmu keagamaan dengan ilmu-ilmu umum; atau dengan berupaya mengelaborasi dan ‘mengkapitalisasi’ sumber-sumber primer artefak dan khasanah klasik Islam yang dihasilkan melalui sejarah panjang peradaban Islam di Indonesia sejak ratusan tahun lalu. Sumber-sumber primer ini tidak dimiliki negara lain, sehingga dapat menjadi satu kekhususan untuk membangun daya saing. (Kementerian Agama RI, 2019:144-145).

Namun realitanya, tingginya angka radikalisme di kalangan mahasiswa membuat kampus harus bergerak cepat dalam menanggulangnya. Data dari Alvara Center dan Mata Air Foundation menyebutkan, sebanyak 23,4 persen mahasiswa terpapar radikalisme. Mereka

tidak setuju Pancasila dan setuju untuk diganti dengan khilafah (Tamrin, 2022). Data 23,4 % bukan hanya berupa angka, terbukti dengan ditangkapnya mahasiswa Universitas Brawijaya berinisial IA oleh Densus 88 pada Mei 2022. Densus juga menyebutkan bahwa IA sudah bergabung dengan jaringan teroris JAD (Jamaah Anshaaru Daulah) (Caesaria, 2023). Selain di UB, belum lagi aksi radikalisme yang mengatasnamakan agama juga sering kita jumpai di Lembaga Pendidikan seperti SMA/MA, Pondok pesantren, maupun Lembaga Pendidikan di ormas-ormas.

Dalam rangka hal tersebut, maka perlu bagi kampus-kampus untuk mempromosikan moderasi beragama. Untuk menuju hal itu, perlu bagi kampus-kampus PTKIN mempromosikan moderasi beragama kepada para stakeholder, tak terkecuali bagi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember sebagai salah satu kampus PTKIN di Indonesia yang responsif terhadap radikalisme. Salah satu responsif yang dilakukan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember adalah dengan mendirikan Rumah Moderasi Beragama. Namun itu semua tidak cukup, perlu sarana untuk mempromosikan dan mempublikasikan moderasi beragama yang berangkat dari mahasiswa dan untuk mahasiswa. Sarana promosi tersebut berupa didirikannya KHAS TV.

KHAS TV adalah channel yang didirikan setelah IAIN Jember

bertransformasi menjadi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember pada tahun 2021. Hasil observasi pada pra-penelitian menunjukkan bahwa KHAS TV memiliki susunan redaksi dan jadwal terprogram untuk acara-acara yang selain mengudara juga ditayangkan di channel youtube. Penayangan di youtube merupakan salah satu cara media untuk tetap eksis, seperti dalam penelitian Agus Baihaki yang menyebutkan bahwa Jawa Pos Radar Banyuwangi mampu bertahan dari gempuran media online, dengan melakukan konvergensi. Membuat produk baru berupa media online dan YouTube. Selain itu juga membuat media sosial Instagram, Twitter, dan Facebook. Media cetak ini juga memperkuat karakternya dengan menjaga akurasi data, tampilan, dan infografis (Baihaqi, 2023:117-130).

Sebagai Lembaga yang baru lahir, tentunya pengelolaan dan pengorganisasian menjadi urgen untuk diterapkan. Hal itu yang menjadi alasan peneliti untuk tertarik meneliti ini, yaitu: (1) KHAS TV baru berusia 2 tahun namun produkti dalam berkarya (dibuktikan melalui akun youtube bahwa KHAS TV memiliki puluhan video. (2) Seluruh redaksi KHAS TV masih berstatus mahasiswa. (3) KHAS TV di bawah naungan UIN KHAS Jember yang memiliki perhatian lebih terhadap moderasi beragama. (4) KHAS TV yang memiliki chanel resmi @uinkhasjemberofficial memiliki 11,2 rb subscriber dan 325 video.

Dengan demikian, KHAS TV menjadi satu-satunya TV milik kampus yang mengudara di perguruan tinggi keagamaan Islam di Jember.

Penelitian ini memiliki fokus utama yaitu: Bagaimana strategi program penyiaran KHAS TV dalam

mempromosikan nilai-nilai moderasi beragama. Berdasarkan teori strategi program siaran Morissan (2018), maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi produksi program KHAS TV dalam mempromosikan nilai-nilai moderasi beragama.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi pada dasarnya melibatkan perencanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi adalah rencana tindakan jangka panjang yang menjadi panduan untuk kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya, dengan harapan mencapai hasil optimal. Dengan demikian, strategi mencakup pola-pola berbagai tujuan, kebijakan, dan rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dengan mempertimbangkan kekuatan internal dan eksternal organisasi. Tujuan strategi ini adalah untuk memberikan kejelasan terhadap program yang akan dilaksanakan oleh organisasi (Effendy, 2008:32).

Dari segi manajemen, atau yang sering disebut manajemen strategis, Program siaran terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, pelaksanaan program, serta pengawasan dan evaluasi program (Morissan, 2018:273).

Perencanaan program di industri penyiaran memiliki peranan penting dalam menarik dan mempertahankan audiens. Oleh karena itu, setiap stasiun televisi harus melakukan perencanaan program secara strategis dengan tujuan untuk merancang acara yang menarik dan mempertahankan minat pemirsa (Djamal dan Fachrudin, 2013:127).

Langkah berikutnya setelah perencanaan adalah produksi dan

pembelian program. Dalam produksi siaran, diperlukan penggabungan keterampilan, kreativitas, wawasan, dan kemampuan dalam mengoperasikan peralatan produksi. Jika stasiun televisi tidak memiliki sumber daya tersebut, mereka dapat membeli program yang diinginkan.

Menurut Morissan (2018, 273), ada dua jenis program televisi berdasarkan asal mula produksinya, yaitu program yang diproduksi sendiri oleh stasiun televisi dan program yang diproduksi oleh pihak lain. Program yang diproduksi sendiri oleh stasiun televisi umumnya berhubungan dengan berita dan informasi seperti laporan khusus, infotainment, laporan kriminalitas, fenomena sosial, perbincangan (*talk show*), biografi tokoh, *feature*, dan film dokumenter. Selain itu, ada program yang diproduksi di dalam studio, seperti game show, kuis, musik, variety show, yang juga termasuk dalam program yang diproduksi sendiri. Sementara itu, program yang diproduksi oleh pihak lain mencakup program hiburan seperti drama (film, sinetron, telenovela), program musik (video klip), *reality show*, dan lain-lain. Pembagian program ini bersifat kebiasaan dan kebijakan masing-masing stasiun televisi. Stasiun televisi menggunakan pola dan teknik yang berbeda dalam produksi program, tergantung pada jenis dan konsep program yang akan diproduksi. Suryanto (2019:23) menambahkan bahwa produksi TV Kampus yang orisinal dari kampus bisa mensinergikan 4 karya, yaitu karya redaksi dari TV Kampus itu sendiri, karya mahasiswa, karya alumni, dan karya forum sesama TV Kampus. Dan dalam era digital ini, TV kampus juga bisa memanfaatkan media streaming seperti youtube. Seperti

yang dilakukan TV Kampus lain seperti Walisongo TV, OKE TV di UIN Sunan Gunung Djati Bandung, atau ARS TV di ARS University Bandung. Namun kebanyakan TV Kampus, menurut Pratama dan Widiastuti (2021:149), memiliki kelemahan dalam empat hal, yaitu konsistensi program, jaringan, kualitas audio, dan teknis.

Menurut Fachrudin dan Hidajanto (2011, 25), ada dua jenis teknik produksi, yaitu live dan taping. Live merujuk pada program yang disiarkan secara langsung, seperti talk show, peringatan hari penting, konser musik, dan berita. Taping adalah proses produksi yang berlangsung terus menerus tanpa jeda iklan hingga selesai. Teknik taping sama dengan teknik live, namun taping masih harus melalui tahap pengeditan dan akan ditayangkan pada waktu yang ditentukan.

Selanjutnya, pembelian program atau produksi program pada televisi dibagi menjadi dua jenis berdasarkan penempatan waktu siaran, yaitu program untuk waktu siaran utama (*prime time series*) dan program untuk waktu siaran lainnya (*daytime series*). Waktu siaran utama berlangsung antara pukul 19.30 hingga 23.00, dan program pada jam tayang ini menghadapi persaingan yang tinggi dalam memperebutkan audiens. Hal ini disebabkan oleh banyaknya stasiun televisi yang berlomba-lomba menayangkan program-program terbaiknya. Pemilihan jenis program yang disukai oleh audiens juga menjadi pertimbangan bagi pengelola stasiun televisi dalam melakukan pembelian program. (Morissan, 2018:332)

Dalam hal ini, pengelola stasiun televisi perlu mempertimbangkan biaya

yang dikeluarkan dan pendapatan yang diperoleh dari pemasangan iklan. Idealnya, program ditayangkan pada waktu yang memungkinkan tercapainya jumlah audiens yang paling banyak.

Meski demikian, KHAS TV tak boleh lepas dari idealisme UIN KHAS dalam mempromosikan moderasi beragama. Kementerian Agama RI (2019) merancang empat hal yang menjadi indikator moderasi beragama, yaitu komitmen kebangsaan, toleransi, anti-kekerasan, dan akomodatif terhadap budaya lokal. Selain itu, TV kampus juga bisa mensyiarkan dakwah sepertinya halnya Gontor TV yang sejak 2009 melalui chanel youtube sudah menayangkan konten-konten dakwah secara informatif dan edukatif (Afliga dan Asy'ari, 2018:45).

METODE PENELITIAN

Ada banyak jenis pendekatan dalam penelitian, namun dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif oleh Cresswell (1994) dijelaskan bahwa penelitian kualitatif berfokus pada proses yang terjadi serta produk atau hasil. Para peneliti khususnya tertarik untuk memahami bagaimana sesuatu terjadi.

Berdasarkan penjelasan Cresswell tersebut, penelitian kualitatif difokuskan bukan pada hasil atau data yang diperoleh peneliti. Tetapi yang difokuskan adalah pada proses yang terjadi dalam penelitian.

Yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah KHAS TV yang merupakan TV kampus di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Lokasi penelitian terletak di Jl. Mataram No. 1 Mangli Jember. Adapun sekretariat KHAS TV berada di bawah

nauangan PDIK atau Pusat Data dan Informasi Kampus yang terletak di sebelah timur masjid Walisongo UIN KHAS Jember.

Untuk memperoleh data, peneliti menentukan informan atau subyek penelitian melalui teknik purposive. Teknik tersebut dilakukan agar penelitian ini terarah sesuai kebutuhan penelitian.

Subyek penelitian atau informan dalam penelitian ada tiga orang, yaitu: Dr. M. Nor Affandi, M.Pd. selaku Pembina KHAS TV, M. Yaqin selaku Pemimpin Redaksi KHAS TV, dan Ayu Lestari selaku Staff Redaksi KHAS TV.

Teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan tiga, yaitu (1) Wawancara, dalam kegiatan wawancara ini, teknik yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur, artinya peneliti bisa menambahkan wawancara di luar draft wawancara agar bisa mendapatkan informasi lebih dalam. Data yang ingin diperoleh dari hasil wawancara adalah: Sejarah dan profil KHAS TV, Perencanaan program KHAS TV, Produksi dan Pembelian program KHAS TV, Eksekusi program KHAS TV, Pengawasan dan Evaluasi program KHAS TV. (2) Observasi, teknik observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi partisipasi pasif, peneliti berada di lokasi narasumber tetapi peneliti tidak ikut terlibat dalam kegiatan yang dilakukan narasumber. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data primer terkait strategi manajemen siaran adalah kegiatan redaksi KHAS TV dalam merencanakan, memproduksi, mengeksekusi, dan mengevaluasi program penyiaran KHAS TV. (3) Dokumentasi, data dokumentasi yang ingin diperoleh terkait dengan KHAS TV, diantaranya; Visi misi

KHAS TV, SK Redaksi KHAS TV, Jadwal program, Jadwal redaksi, Dokumentasi kegiatan redaksi KHAS TV saat *off air* dan *on air*, Video KHAS TV di youtube.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data yang diperoleh dari sumber lain. Pada Penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber dan teknik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berkaitan dengan strategi produksi program KHAS TV, penanggungjawab KHAS TV menjawab bahwa semua produksi sendiri, mereka tidak membeli dari pihak luar. Program yang diproduksi berupa liputan acara atau kegiatan kampus, liputan tentang profil fakultas, KKN mahasiswa, podcast dan lainnya. Selaras dengan hal itu, Ketua Pelaksana KHAS TV dan juga kru juga menuturkan bahwa semua program dibuat sendiri. Beberapa kali mereka mendapat tugas membuat profil fakultas dan prodi. Juga kegiatan-kegiatan LP2M karena melibatkan mahasiswa.

Untuk membuktikannya, peneliti meminta dokumen program apa saja yang dibuat oleh para kru redaksi KHAS TV. Dokumentasi produknya sebagai berikut:

(1) Kegiatan Akademik Kampus UIN KHAS Jember. Kegiatan akademik ini adalah kegiatan utama dari KHAS TV di mana salah satu tujuannya adalah mempromosikan kegiatan akademik kampus melalui *live streaming* yang disiarkan pada saat *prime-time* (pukul 08.00-11.00).

Gambar 1 : Kegiatan akademik yang ditayangkan secara live streaming



Sumber: Saluran YouTube KHAS TV

(2) Podkhas adalah produk KHAS TV yang diproduksi per-episode dengan beberapa topik tertentu. salah satunya adalah episode 1 yang berjudul PODKHAS-REKTOR HARUS PROFESOR???Eps.1 #podcast #podkhas #siniar yang sudah 578x ditonton ini tayang 27 Jun 2023 PODKHAS - SINIAR KAMPUS UIN KHAS dengan Host Moh. Nor Afandi bersama Narasumber Dr. Saihan, M.Pd.I Ketua Panitia Penjaringan Bakal Calon Rektor UIN KHAS Jember.

Gambar 2 : Logo PODKHAS



Sumber: Dokumentasi redaksi KHAS TV

(3) KHAS NEWS, adalah program berita yang menayangkan liputan berita seputar kegiatan kampus. Diantaranya adalah berita tentang kedatangan menpora,

even olahraga sepakbola rektor cup, audiensi tokoh pahlawan KH Achmad Siddiq, dan lain sebagainya.

Gambar 3 : Logo KHAS NEWS



Sumber: Dokumentasi redaksi KHAS TV

(4) Film pendek adalah bentuk kerjasama KHAS TV dengan mahasiswa prodi KPI. Salah satu yang terkenal adalah film pendek membaur yang sudah ditonton 3,9rb yang didalamnya menceritakan tentang moderasi beragama. Sinopsinya adalah empat orang remaja mushollah yang merencanakan akan menggelar acara Maulid Nabi Muhammad SAW. Karena kekurangan orang, salah satu ketua Remaja Musholla meminta salah satu anggota Remus untuk mencari tambahan tenaga. Terlihat dari sebrang, seorang pemuda yang ternyata warga baru sedang berolahraga pagi di jalan dimintai tolong untuk membantu persiapan Maulid Nabi yang akan dilaksanakan malam hari.

Gambar 4 : Film Pendek Membaur



FILM PENDEK - MEMBAUR (2022)

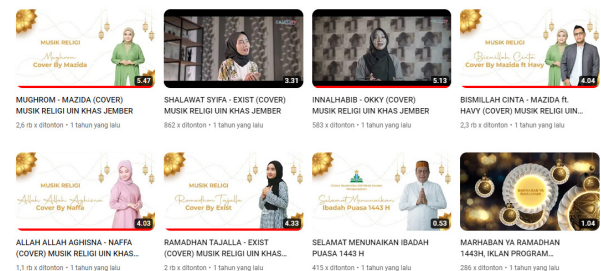
3,9 rb x ditonton • 11 bulan yang lalu

Sumber: Saluran YouTube KHAS TV

Disela – sela Remus melaksanakan persiapan, datang salah satu warga sekitar yang beragama hindu untuk ikut serta membantu persiapan acara serta membawa gorengan sebagai konsumsi untuk Remaja Musholla yang sedang mempersiapkan acara Maulid Nabi. Disinilah harmoni itu terbentuk, tanpa disadari harmoni itu sudah ada disekitar kita. Salah satu Remus pun baru menyadari sesuatu hal “ternyata perbedaan itu tidak menghalangi Kita untuk bersosial”.

(5) Musik Religi, adalah program yang diproduksi oleh kru KHAS TV dengan bekerjasama dengan komunitas seni dan para mahasiswa yang memiliki kreativitas di bidang seni musik.

Gambar 5 : Video Musik Produksi KHAS TV



Sumber: Saluran YouTube KHAS TV

Selanjutnya hasil penelitian menunjukkan bahwa program yang dibuat sendiri tersebut dibuat *live* atau direkam (*record*). Mengenai hal tersebut penanggungjawab KHAS TV, ketua pelaksana, dan kru menjawab kompak bahwa ada yang *live* seperti acara wisuda dan kegiatan akademik lainnya, namun untuk profil dan kegiatan-kegiatan lain seperti film, musik religi, dan khas news, maka masuk proses editing dulu baru kemudian diproses *record*-nya.

Terkait produksi program KHAS TV yang berkaitan dengan moderasi

beragama, penanggung jawab KHAS TV menjawab bahwa dari proker yang dilakukan memang ada yang berkaitan itu. Salah satu produksi program moderasi beragama kami masukkan di *podcast*. Ada juga film tentang moderasi beragama yang produksinya bermitra dengan prodi KPI.

Selaras dengan hal itu, menurut Ketua Pelaksana KHAS TV saat peneliti menanyakan terkait produksi *podcast* dan film tentang moderasi beragama juga menuturkan bahwa untuk *podcast* memang tema beragam. Salah satunya tentang moderasi beragama. Hal itu juga diperkuat oleh pernyataan kru redaksi KHAS TV yang mengatakan bahwa produksi film tentang moderasi beragama itu berlangsung di tengah semester dan pengambilan gambarnya hanya seminggu. Yang lama di editingnya.

Selanjutnya peneliti menyusun rata-rata audiens berdasarkan youtube KHAS TV:

Tabel 1 Program Siaran yang diproduksi KHAS TV

No	Nama Program	Jumlah Produk	Rata-rata audiens
1	Live Streaming kegiatan akademik kampus	130	1000
2	Podkhas/Ngobras	5	600
3	Khas News	65	400
4	Film Pendek	2	3,9rb
5	Musik Religi	12	2,5rb
	Jumlah	-	100.0

Sumber: Hasil Penelitian di <https://www.youtube.com/@uinkhasjemberofficial/>, 2023

Jika melihat dari strategi produksi yang dilakukan oleh redaksi KHAS TV, maka bisa disimpulkan bahwa produksi KHAS TV terdiri dari sinergi antara redaksi, mahasiswa, dan mitra. Jika kita

bandingkan dengan skema materi yang disarankan oleh Forum TV Kampus se-Indonesia, maka harusnya terdapat dua sinergi lagi, yaitu karya alumni, dan karya dari jejaring bersama (forum sesama TV Kampus) (Suryanto, 2019:23).

Namun jika melihat strategi produksi yang dilakukan redaksi KHAS TV dibandingkan dengan strategi redaksi Kampus TV di Institut Seni Indonesia, maka menurut Murfianti (2014:95) perlu dilakukan dua hal, yaitu membenahan manajemen dan peremajaan alat. Dalam membenahan manajemen perlu dilakukan lebih banyak produksi dari mahasiswa seperti karya seni, sastra, atau karya ilmiah, lalu bekerja sama dengan pihak ketiga untuk pendanaan, dan bekerja sama dengan TV kabel di kota sekitar kampus untuk memperluas penayangan. Sedangkan untuk peremajaan alatnya harus ada dukungan kuat dari pendanaan kampus agar alat-alat untuk peliputan dan penyiaran bisa diperbanyak dan diperbaharui.

Untuk KHAS News, perlu adanya netralitas dalam peliputan karena tak lepas dari idealisme jurnalistik. Meski konsepnya sama seperti Walisongo TV (TV Kampus milik UIN Walisongo), yaitu untuk melayani warga kampus dan sekitarnya (Ulinuha, dkk, 2019:36), namun Emeraldien, dkk (2022, 156) membandingkan dengan jurnalisme kampus di UIN Sunan Ampel Surabaya yang memiliki rumusan kajian berita berupa ABC-SS, yaitu *accuracy* (tepat), *brevity* (singkat), *clarity* (jelas), *simplicity* (sederhana), dan *Sincerity* (jujur).

Nilai moderasi beragama yang menonjol dalam strategi eksekusi program ini adalah komitmen kebangsaan, karena

Internalisasi komitmen kebangsaan dalam landasan hidup moderasi beragama pada tataran pengenalan, penghayatan, dan tindakan dengan ikhlas melaksanakan cara pandang, sikap, dan praktik beragama seseorang berdampak pada kesetiaan terhadap konsensus dasar kebangsaan, terutama terkait dengan penerimaan Pancasila sebagai ideologi negara (Muhammad, 2021:100). Saat eksekusi, para kru KHAS TV berkomitmen dan Ikhlas dalam mengeksekusi karena memang faktanya tidak ada honor atau kompensasi secara profesional.

Selain itu pada program film pendek, terselip nilai toleransi yang menceritakan tentang tenggang rasa terhadap umat agama lain dan juga akomodatif terhadap budaya lokal. Untuk musik religi, selain nilai akomodatif terhadap budaya lokal karena menggunakan lagu daerah, juga terselip nilai komitmen kebangsaan karena menggunakan lagu-lagu Indonesia, termasuk lagu Indonesia Raya.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan penelitian, terdapat beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

Strategi produksi program KHAS TV dalam mempromosikan nilai-nilai moderasi beragama adalah melalui Program yang diproduksi oleh mahasiswa sendiri, beberapa program bermitra dengan mahasiswa prodi lain. Produk yang dihasilkan adalah (1) Kegiatan Akademik Kampus, (2) PodKHAS, (3) KHAS News, (4) Film Pendek, (5) Film Religi dimana nilai moderasi yang menonjol adalah toleransi dan akomodatif terhadap budaya lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Afliga, M. S., & Asy'ari, N. A. S. (2018). Da'wah Communication of Pondok Modern Darussalam Gontor Through Gontor TV's Youtube Channel. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 1(1), 41-51.
- Baihaqi, Agus. (2023) Media Cetak di Era Digital : (Analisis Kekuatan Harian Pagi Jawa Pos Radar Banyuwangi). *JISAB: The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 2(2), 117-130.
- Creswell, John W. (1994). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches* California: SAGE Publications, Inc
- Djamel, Hidajanto dan Andi Fachruddin, (2013). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchyana, (2008) *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya,
- Emeraldien, F. Z., Nurhayati, A., Rotuzzakia, C., & Rofi, M. I. (2022). Jurnalisme Kampus: Sistem Penugasan Dan Pola Komunikasi Pers Mahasiswa UINSA Surabaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 148-162.
- Kementerian Agama RI. (2019). *Moderasi Beragama*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI
- Noviyanto, Kholid. (2023). Peneguhan Etika Siaran Dakwah MAJT TV Semarang di Era Konvergensi. *JISAB: The Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 2(2), 82-104.
- Morissan, M. A. (2018). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio*

- & *Televisi* Ed. Revisi. Jakarta: Prenada Media
- Muhammad, Rifqi (2021) "Internalisasi Moderasi Beragama dalam Standar Kompetensi Kemandirian Peserta Didik" *Jurnal Ilmiah Al-Muttaqin Jurnal Kajian Dakwah dan Sosial Keagamaan* Vol. 6, No. 1, Februari 2021:100.
- Murfianti, F. (2014). Perencanaan Strategis Pengembangan TV Kampus ISI Surakarta sebagai Televisi Seni dan Budaya. *Acintya*, 6(2).
- Pratama, R., Widiastuti, N., & Kom, M. I. (2021). Pemanfaatan Media Streaming Youtube oleh ARS TV Sebagai Media Informasi. *Jurnal PETIK Volume*, 7(2), 144.
- Sandra Desi Caesaria, "Ada Mahasiswa yang Terpapar Radikalisme, Ini Upaya UB Mengatasinya", <https://www.kompas.com/edu/read/2022/05/26/140000371/ada-mahasiswa-yang-terpapar-radikalisme-ini-upaya-ub-mengatasinya?page=all>. Diakses tanggal 22 Mei 2023.
- Suryanto, H. (2019). Peran Televisi Kampus sebagai Sarana Sosialisasi melalui Dunia Pendidikan. *Problematika Hukum*, 2(1), 19-23.
- Tamrin, Wahyudin 14 Desember 2022, "23 Persen Mahasiswa Terpapar Radikalisme, Setuju Mengganti Ideologi Pancasila Jadi Ideologi Khilafah," <https://makassar.tribunnews.com/2022/12/14/23-persen-mahasiswa-terpapar-radikalisme-setuju-mengganti-ideologi-pancasila-jadi-ideologi-khilafah?page=2>. Diakses tanggal 22 Mei 2023.
- Ulinuha, M. A., Maulana, A. I., Wijayanti, S., Rahmi, A., & Ardliyan, K. (2019). Perancangan Stasiun Televisi Daring untuk Memperluas Jangkauan Siar WalisongoTV. *Walisongo Journal of Information Technology*, 1(1), 35-50.