

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah Saat ini, para aktivis dakwah berusaha menciptakan pola strategi yang efektif guna menyampaikan ajakan kebaikan. Dakwah dikatakan efisien dalam mengantarkan pesan dari *da' i* kepada *mad' u* apabila memakai fasilitas ataupun media dakwah.

Dakwah ialah suatu aktivitas ajakan baik dalam wujud lisan, tulisan, tingkah laku serta sebagainya yang dicoba secara siuman danberencana dalam usaha pengaruhi orang lain, baik secara orang ataupun secara kelompok, supaya biar mencuat dalam dirinya sesuatu penafsiran, kasadaran, perilaku penghayatan dan pengalaman terhadap ajaran agama selaku pesan yang di informasikan kepadanya dengan tanpa terdapatnya unsur- unsur pemaksaan.¹ Kegiatan dakwah juga termuat dalam firman Allah Surah An Nahl ayat 125 :

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS. An Nahl 20 : 125)

Firman Allah SWT tersebut menyerukan kepada manusia untuk melaksanakan kegiatan dakwah. Hakikat dakwah sendiri dapat diartikan menjadi banyak penjabaran yaitu dakwah sebagai ajakan, dakwah sebagai pekerjaan menanam dan juga beupa pekerjaan membangun.

Dakwah ialah suatu aktivitas ajakan baik dalam wujud lisan, tulisan, tingkah laku serta sebagainya yang dicoba secara

¹ M. Arifin, *psikologi dakwah, suatu pengantar studi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), hlm 6

siuman danberencana dalam usaha pengaruhi orang lain, baik secara orang ataupun secara kelompok, supaya biar mencuat dalam dirinya sesuatu penafsiran, kasadaran, perilaku penghayatan dan pengalaman terhadap ajaran agama selaku pesan yang di informasikan kepadanya dengan tanpa terdapatnya unsur- unsur pemaksaan.Dakwah ialah aktivitas buat mentransformasikan nilai- nilai agama yang mempunyai makna berarti serta berfungsi langsung dalam pembuatan anggapan umat tentang bermacam nilai kehidupannya.² Maka dari itu, dakwah harus aktual, factual, dan kontekstual serta dinamis mengikuti perkembangan zaman dan senantiasa menjawab setiap permasalahan yang muncul di masyarakat. Oleh karenanya, seorang *da'i* harus pandai dan mampu memahami persoalan yang muncul kemudian mengkaitkannya sesuai dengan yang terdapat dalam ajaran Islam.

Nabi Muhammad SAW dalam mengantarkan dakwah Islamiah memengukan muti cara tata-tata cara ialah tata cara bersembunyi-sembunyi, dakwah secara terang benerang, politik pemerintah, surat- menyurat, peperangan, pembelajaran serta pengajaran agama. Ada pula dalam pesan An- Nahl ayat 125 tercantum 3 tata cara dakwah yang populer ialah dengan "*hikmah, mauidhah hasanah,serta mujadalah*".³

Tentunya berbeda pada masa sekarang, cakupan dakwah justru lebih luas dibanding dengan 15 abad lalu. Dalam mewujudkan misi dakwah, para aktivis dakwah sedang dihadapkan dengan tantangan global. Kondisi masyarakat yang jauh berbeda dengan zaman dahulu membuat dakwah harus dikemas sesuai zamanya. Di samping itu, para aktivis dakwah juga berhadapan dengan realitas masyarakat yang perilakunya atau pola hidupnya bertentangan dengan ajaran Islam, seperti perilaku hidup

² Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 17.

³ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004) hlm. 125

“*hedonistik, materialistik, pragmatis dan rasionalistik*”.⁴

Dakwah ialah aktivitas buat mentransformasikan nilai- nilai agama yang mempunyai makna berarti serta berfungsi langsung dalam pembuatan anggapan umat tentang bermacam nilai kehidupan.⁵ Hingga dari itu, dakwah wajib aktual, factual, serta kontekstual dan dinamis menjajaki pertumbuhan era biar tidak ketinggalan dengan teknologi era ini serta tetap menanggapi tiap kasus yang timbul di warga. Oleh karenanya, seseorang da' i wajib pandai kreatif cerdas serta sanggup menguasai perkara yang timbul setelah itu mengkaitkannya cocok dengan yang ada dalam ajaran Islam.

Kita terbiasa membagi model dakwah menjadi dakwah "*bil-lisan*" serta dakwah *bil-hal*. Namun sayangnya keduanya berjalan dengan timpang, hal itu dikarenakan dakwah *bil-lisan* jauh lebih mudah dilakukan ketimbang dakwah *bil-hal*.⁶ Meski begitu, dakwah *bil lisan* tetap menjadi salah satu cara dakwah yang populer di kalangan pendakwah karena dianggap efektif untuk menyampaikan ajaran-ajaran agama kepada masyarakat secara luas.

Apalagi melihat perubahan di era global, di mana masyarakat bisa mengakses informasi begitu cepat dari belahan dunia.⁷ Hal ini, tentunya sangat berpengaruh pada pola pikir masyarakat, sehingga masyarakat semakin kritis dan selektif. Inovasi strategi dakwah pun semakin meluas dengan munculnya sarana baru seperti media sosial, melalui konten konten video.

Bermacam-macam metode dilakukan oleh para aktivis dakwah dalam menyebarkan kebaikan. Penyampaian saran maupun pembelajaran yang baik itu dapat dalam

⁴ M. Quraish Shihab, *Lentera Hati; Kisah dan Hikmah Kehidupan*, Cet. IV (Bandung: Mizan, 1995) hlm. 71

⁵ Wahyu Ilaahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 17.

⁶ Mubasyaroh, *Dakwah Kolaboratif* (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2011), 127.

⁷ M Abzar, “*Strategi Dakwah Masa Kini*”, *Lentera*, Vol XVII No. 1, Juni 2015 hlm.13

wujud lisan (*verbal advice*) serta pula secara tulisan (*written advice*). Dakwah melaui tulisan (*dakwah bil al- qalam*) ialah salah satu tata cara dakwah dalam wujud tulisan serta media buat mengajak beriman untuk kalangan tertentu.

Dakwah lewat tulisan tidaklah metode yang baru dalam tradisi dakwah Islam, malah yang jadi “*agent of change*” yakni beliau baginda Nabi Muhammad SAW. Dia yang awal mengenalkan tata cara dakwah lewat tulisan yang diperuntukan kepada para penguasa non- muslim dikala itu. Secara tidak langsung Rasulullah SAW sudah mencontohkan kepada umatnya tentang dakwah dia dalam pengaruhi orang yang kafir supaya jadi muslim serta orang yang kurang baik tingkah lakunya jadi baik.

Pada masa modern saat ini dakwah tidak cuma dicoba secara langsung. Hendak namun, pemanfaatan teknologi bisa digunakan secara sinergis. Dalam perihal ini dakwah pula membutuhkan konten media selaku fasilitas buat penyampainnya. Nampak pada faktor dakwah sendiri konsumsi media pula sangat berarti sebab media bisa diakses secara gampang buat mencari data. Fenomena social mengatakan kalau perbedaan antara dakwah secara langsung serta memakai media nampak lebih terjangkau memakai media.

Di era informasi yang semakin luas ini dapat didapatkan dimana saja dan serba canggih dan unik ini, maka dari itu komunikasi dakwah tidak cuma dicoba di atas panggung namun jauh lebih luas serta dapat dicoba di media massa yang ada dikala ini lewat media-media komunikasi modern didukung teknologi hingga Sepatutnya media tersebut bisa dimanfaatkan buat keberlangsungan serta kepentingan dakwah Islamiyah. Media modern yang lagi banyak digandrungi serta digemari dikala ini ialah *Youtube*. Penggunaanya internet di Negeri merupakan salah satu pengguna paling banyak di dunia serta terus tumbuh. Pada informasi yang dirilis “*We Are Social*” pada Januari 2016 terhitung pemakaian internet di Indonesia berjumlah 88, 1 juta pengguna dengan total populasi Indonesia 259, 1 juta. Kedatangan *Youtube* di tahun 2005 menawarkan metode lain

dalam dunia internet serta hiburan.⁸

Selain Itu Ditengah kemajuan teknologi multimedia ini yang semakin melejit, Bersamaan berjalannya waktu tumbuh pula situs yang terdapat di internet. Semacam web sosial media yang baru- baru ini kerap digunakan oleh bermacam golongan. Perihal itu juga membuat jutaan orang terbuat terlena hendak fitur yang terdapat. Pemakaian sosial media yang bijak hendak bisa menghalangi keterlenaan itu. Dalam perihal ini kedudukan dakwah sangat diperlukan mengingat guna dakwah merupakan buat mengajak kebaikan. Dakwah sepatutnya turut berikan pedoman dan tuntutan mengarah arah corak sempurna dalam pemanfaatan komunikasi masa.

Manfaat komunikasi melalui konten video antara lain dapat digunakan untuk menyampaikan informasi tanpa harus bertemu dengan si penerima melalui media konten video yang dibuat oleh konten creator selain itu juga digunakan sebagai media pembelajaran atau edukasi bagi masyarakat khalayak dan juga bagi para guru dalam menyampaikan materi pelajaran. Jadi Komunikasi Video merupakan suatu perlengkapan komunikasi yang bisa ditangkap lewat visual ataupun penglihatan ataupun singkatnya merupakan suatu perlengkapan komunikasi yang bisa dilihat oleh mata manusia,⁹ komunikasi ini membolehkan sebagian orang buat berjumpa pada dikala yang sama tanpa memperdulikan tempat serta waktu. Komunikasi ini membolehkan kamu buat melaksanakan suatu tanpa wajib menemui sang penerima. pememanfaatkan komunikasi lewat video berguna khalayak public tercantum golongan muda juga mahasiswa dituntut wajib dapat menggunakan kemajuan teknologi. Teknologi mempunyai bermacam berbagai wujudnya, salah satunya merupakan

⁸ Aisyah, Siti Nur. “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas: (Surabaya Tahun 2017), Hlm 3

⁹ <https://www.teorikomputer.com> di akses (20 Februari 2021)

media youtube semacam ini.

Oleh karena itu Pesantren Al Mawaddah Kudus melakukan penginovasian dalam pengembangan dunia pertanian melalui Kebun Al Qur'an ini Pesantren Mawaddah Kudus pula telah menggunakan Teknologi Media Komunikasi visual dengan memperkenalkan konten konten yang dikemas secara bagus biar proses dakwah lewat media bisa menyebarkan pesan ke publik secara luas dan mengedukasi khallayak universal. Dalam konteks ini dakwah memiliki kedudukan dalam komunikasi dakwah islam. Karakteristik khas sistem komunikasi masa Islam merupakan menyebarkan (mengantarkan) data kepada pendengar, penonton ataupun pembaca tentang perintah serta larangan Allah SWT(Al- Quran serta Hadis Nabi). Pada dasarnya agama selaku kaidah serta selaku sikap merupakan pesan(data) kepada warga supaya berperilaku cocok dengan perintah serta larangan Tuhannya.

Maka dari latar belakang itu, penelitian mengangkat judul **“Pola Komunikasi Dakwah Melalui Video Youtube dalam Pengembangan Kebun Al Qur'an di Pesantren Al Mawaddah Kudus”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang, maka fokus dalam penelitian ini dapat dipahami dengan mempersempit cakupan bahasannya sehingga penelitian ini tidak akan melebar dari permasalahannya. Adapun fokus penelitian ini sebagai berikut : Pola Komunikasi dakwah dalam mengembangkan Kebun Al Quran? Selanjutnya bagaimana konsep produksi video *youtube* dan kontribusi pengelola dalam pengembangan Kebun Al Qur'an melalui Video *youtube* ?

Untuk pola komunikasi dakwah berkaitan dengan kebijakan yang dilakukan oleh Pengasuh Pesantren dalam pengembanga tanaman yang ada di kebun al Quran Sedangkan komunikasi dakwah untuk pengembangan kebun al qur'an adalah konsep strategi Pengelola bagian team produksi video *youtube* dalam penyampaian pesan

pesan dakwah yang terkandung dalam video *youtube*. Data-data tersebut dianalisis untuk kemudian dicarikan solusi atas permasalahan yang dibahas.

C. Rumusan Masalah

Setelah memahami lingkup dari fokus penelitian yang telah dijelaskan maka permasalahan yang menjadi pokok kajian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pola Komunikasi dakwah dalam mengembangkan Kebun Al Quran di Pesantren Al Mawaddah Kudus?
2. Bagaimana Konsep Produksi video *youtube* dalam kegiatan dakwah di pesantren Al Mawaddah Kudus?
3. Bagaimana peran pengelola dalam pengembangan Kebun Al Qur'an melalui Video *youtube* di Pesantren Al Mawaddah Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan teori terkait dengan dakwah dan komunikasi Islam, terutama pada bidang komunikasi dan penyiaran Islam. Maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengungkapkan hal-hal berikut ini :

1. Mengetahui Pola Komunikasi dakwah dalam mengembangkan Kebun Al Quran di Pesantren Al Mawaddah Kudus ?
2. Mengetahui Konsep Produksi video *youtube* dalam kegiatan dakwah di pesantren Al Mawaddah Kudus?
3. Mengetahui kontribusi pengelola dalam pengembangan Kebun Al Qur'an melalui Video *youtube* di Pesantren Al Mawaddah Kudus?

E. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat secara teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah kekayaan penelitian dalam bidang

- dakwah dan komunikasi Islam, khususnya keterkaitannya dengan Konsep Strategi Komunikasi dakwah.
 - b. Memberikan kemudahan bagi para peneliti selanjutnya untuk bisa dijadikan sebagai tambahan referensi.
2. Manfaat secara praktis
- a. Bagi Pesantren & Pengelola Kebun AL Qur'an
Sebagai bahan pemikiran sekaligus evaluasi dan masukan supaya dalam meningkatkan/mengembangkan pola komunikasi dakwah serta pengembangan Kebun Al Qur'an.
 - b. Bagi Masyarakat Khalayak
Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan untuk mengembangkan konsep dakwah melalui konten video dan juga dalam bidang agrobisnis pertanian
 - c. Bagi Penulis
Menjadikan pengetahuan dan wawasan baru bagi penulis, sehingga dapat lebih banyak mengenai konsep komunikasi dakwah dalam mengedukasi masyarakat dan juga konsep konten video dakwah dan juga trobosan dan pengembangan konten media.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman sistematika penulisan ini berfungsi sebagai gambaran dan garis-garis besar dari setiap bagian kepala pembaca, sehingga akan diperoleh karya ilmiah yang sistematis. Berikut ini adalah sistematika penulisan yang penulis bagi menjadi tiga bagian:

1. Bagian Awal

Bagian awal dalam penelitian ini berisi beberapa hal, meliputi : pengesahan penguji, pernyataan keaslian, abstrak, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar table, daftar gambar.

2. **Bagian I Pendahuluan**
Bab ini berisi gambaran awal menjelaskan tentang latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.
3. **Bab II Kajian Pustaka**
Pada bab ini akan menjelaskan tentang Pola Komunikasi dakwah, video youtube dan konsep dakwah dengan kebun Al Qur'an.
4. **Bab III Metode Penelitian.**
Berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.
5. **Bab IV Hasil penelitian dan pembahasan**
Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian dan analisis data penelitian pengolahan data diuraikan pada bab ini
6. **Bagian V Penutup**
Bab ini berisi simpulan dan hasil penelitian yang dilakukan dan saran saran bagi pihak terkait.
7. **Bagian Akhir**
Bagian akhir pada penulisan skripsi meliputi daftar pustaka dan lampiran lampiran