

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

Saat sebelum menjelaskan lebih gamblang tentang komunikasi dakwah, lebih terbaik terlebih dulu mengenali terlebih lama tentang komunikasi serta apa itu dakwah.

1. Komunikasi

a. Definisi Komunikasi

Secara etimologi, kata komunikasi berasal dari bahasa latin “*communication*” dengan kata dasar “*communis*” yang berarti “sama”, kesamaan arti “(*commonness*)”. Komunikasi dimaksudkan buat membentuk kesamaan arti ataupun anggapan. Komunikasi terjalin supaya komunikator serta komunikan memiliki anggapan yang sama tentang apa yang di informasikan.

Sebaliknya secara sebutan komunikasi didefinisikan selaku proses penyampaian pesan dari seorang(ataupun lembaga) kepada orang lain (ataupun sekelompok orang) baik secara langsung(tatap muka) ataupun lewat media semacam pesan(selebaran), pesan berita, majalah, radio ataupun tv¹. Dalam penafsiran lain, komunikasi mempunyai definisi selaku proses silih berbagi ataupun memakai data secara bersama serta pertalian antara para partisipan dalam proses data.²

Tiap proses interaksi sosial antar orang ataupun lembaga, aksi komunikasi umumnya mengaitkan 2 belah pihak yang silih berhubungan antara satu serta yang lain. Hendak namun tidak seluruh tipe interaksi bisa dimaksud selaku wujud ikatan komunikasi, sebab komunikasi selaku bagian dari keilmuan sosial. Watak ilmu ini yang membedakan wujud

¹ Mulyana Deddy, *Suatu Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja 2005), hlm 61

² Setiadi , *ilmu komunikasi*,(1977) Hlm 56

kenyataan kenyataan pada wujud keinteraksian biasa serta analisis ilmiah. Aksi komunikasi yang diartikan dalam sebutan tersebut ialah aksi yang melihat dalam kerangka analisa ilmiah bersumber pada disiplin keilmuan komunikasi. Komunikasi memiliki tujuan tertentu; terdapat yang dicoba secara lisan, secara tatap muka, ataupun media, baik media massa semacam pesan berita, radio, tv, ataupun non media massa, semacam, pesan seleler, baliho, player serta sebagainya³.

Dari penggambaran diatas, bisa dikatakan kalau seorang yang berbicara berarti dengan kedua belah pihak dan mengharapkan supaya orang lain bisa turut berpartisipasi ataupun berperan cocok dengan tujuan bersama, dan harapan isi pesan bisa di informasikan secara pas. Jadi diantara orang ataupun media dalam proses komunikasi yang ikut serta dalam aktivitas komunikasi wajib mempunyai kesamaan arti ataupun makna pada lambang-lambang yang digunakan buat berbicara, serta wajib bersama-sama mengenali perihal yang dikomunikasikan.

b. Komponen Komunikasi

Yang dimaksud dengan proses komunikasi adalah kombinasi dari berbagai tahap-tahap komunikasi yang masing-masing berpotensi menemui hambatan komunikasi dalam rangka mencapai komunikasi yang efektif serta tepat. Proses komunikasi selalu melibatkan beberapa komponen dan tahapan, yaitu

- 1) Komunikator yaitu orang yang menyampaikan pesan atau maksud dan tujuan tertentu kepada komunikan (penerima pesan).
- 2) Komunikan adalah orang yang menerima pesan

³ Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya 1992) hlm. 4-5

dari komunikator. Komunikan ataupun penerimaan merupakan pihak yang jadi target pesan tadi yang dikirimnya dari sumber ataupun pengkomunikator. Penerima dapat terdiri satu orang ataupun lebih dapat berupa kelompok, partai, negara⁴

- 3) Pesan adalah isi dari sesuatu yang ingin di sampaikan, bisa berupa maksud atau tujuan.
- 4) Media adalah alat penghubung atau sarana dalam penyampaian pesan dalam komunikasi
- 5) Feedback adalah umpan balik atau respon dari komunikan
- 6) Effect adalah akibat atau pengaruh yang di timbulkan dari komunikan setelah menerima pesan

Jadi dalam proses komunikasi, tiap faktor mempunyai peranan yang sangat berarti dalam membangun proses komunikasi. Efisien/ sukses tidaknya sesuatu komunikasi bisa bergantung pada unsur- unsur diatas tersebut, apalagi keempat faktor ini silih tergantung/ silih terpaat satu sama yang lain. Maksudnya, tanpa keikutsertaan satu faktor hendak berikan pengaruh pada jalannya komunikasi yang efisien serta cocok tujuan.

c. Jenis-Jenis Komunikasi

1) **Komunikasi dilihat dari sifatnya**

Bersumber pada sifatnya terdapat 3 wujud komunikasi:

a. Komunikasi Personal

Komunikator berdialog dengan seorang maupun sekelompok komunikan dengan akibat dan umpan balik langsung.

⁴ Wiryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Gramedia. 2008)
hlm 7

b. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok berarti pengkomunikasian yang keberlangsungan antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari 2 orang.

c. Komunikasi Massa

Komunikasi *massa* ialah metode penyampaian pesan dari sesuatu rujukan kepada khalayak yang berjumlah besar, dengan memakai saluran media *massa*.

Berkesimpulan kalau komunikasi bersumber pada sifatnya mempunyai makna sederhana komunikasi bersumber pada kepada siapa kita hendak melaksanakan komunikasi.

2) **Komunikasi dilihat dari sesuatu proses**

Dibagi menjadi 2 yaitu

a. Komunikasi langsung

Komunikasi langsung merupakan komunikasi tanpa memakai sesuatu perlengkapan perantara metode yang dicetak maupun berupa perlengkapan elektronika.

b. Komunikasi tak langsung

Komunikasi tidak langsung merupakan orang yang berbicara memakai perlengkapan ataupun fasilitas selaku media serta mekanisme buat melipat gandakan jumlah penerima pesan (target)⁵

Proses Komunikasi langsung serta tidak langsung berkesimpulan kalau langsung itu tanpa perantara serta tidak langsung itu maksudnya memakai media/ perlengkapan, hingga dari itu landasan teori tersebut hendak selaku acuan dalam penelitain ini sebab dalam riset ini mengusung judul ialah berbicara

⁵ Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya 1992) hlm. 38

memakai media hingga nantinya hendak terdapat pembandingan model komunikasi langsung serta komunikasi tidak langsung serta hendak dikaji mana yang lebih efisien.

3) **Komunikasi dilihat dari arah pesan**

Berdasarkan pada arahnya pesan, terdapat 2 wujud komunikasi yaitu:

a. Komunikasi satu arah

Komunikasi sejalur ialah sesuatu pesan yang di informasikan oleh pengkomunikasi kepada komunikan.

b. Komunikasi timbal balik

Pesan di informasikan oleh komunikator kepada komunikan, setelah itu komunikan sehabis menerima pesan tadi membagikan pengumpan balik (*feedback*) kepada komunikator.

Berkesimpulan kalau komunikasi sejalur itu komunikasi kepada komunikan tidak terdapatnya umpan balik secara langsung kalau komunikasi timbal balik itu maksudnya komunikan langsung membagikan asumsi ataupun umpan balik dari komunikasi tersebut oleh sebab itu landasan teori tersebut selaku bahan acuan dalam penelitan ini sebab dalam riset ini mengusung permasalahan ialah berbicara memakai media yang otomatis hendak memakai komunikasi satu arah sebab sesuatu pesan yang di informasikan oleh pengkomuninya kepada komunikannya tanpa terdapatnya timbal balik.

d. Pola Komunikasi

Kata pola komunikasi dibangun oleh dua suku kata yaitu pola dan komunikasi. Sebelum kita membahas tentang pola komunikasi, kita harus mengetahui apa itu pola dan apa itu komunikasi. Pola menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dapat

di artikan sebagai bentuk (struktur) yang tetap.¹¹ Sedangkan dalam Kamus Ilmiah Populer “pola” diartikan sebagai model, contoh, pedoman (rancangan).⁶

Pola pada Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti “sistem ataupun tata kerja”. Ada pula sebutan sistem secara universal yakni sesuatu lapisan yang terdiri atas opsi bersumber pada gunanya, individu- individu yang menunjang membentuk kesatuan utuh. Masing- masing orang dalam system silih tergantung serta silih memastikan. Dari penafsiran tersebut, bisa dimaksud kalau pola komunikasi merupakan sesuatu sistem penyampaianya pesanya lewat lambing (symbol) tertentu, yang memiliki makna, dan sistem penciptaan arti buat mengganti tingkah laku orang yang lain. Pemakaian pola komunikasi pengaruhi daya guna proses komunikasi.

Pola dapat dikatakan juga dengan model, yaitu cara untuk menunjukkan sebuah obyek yang mengandung kompleksitas proses didalamnya dan hubungan antara unsur-unsur pendukungnya.⁷

Teori pada pola komunikasi secara detail belum pernah jadi kajian oleh para keilmuan, hendak namun model komunikasi identic dengan model komunikasi selaku deskripsi sempurna menimpa apa yang diperlukan buat komunikasi. Maksudnya model komunikasi timbul selaku bagian dari terdapatnya berinteraksi komunikasi yang dicoba orang ataupun kelompok.⁸

Menurut Everret M. Rogers komunikasi adalah

⁶ Puis A. Partanto dan M. Dahlan Al-barty, *Kamus Besar Bahasa Ilmiah Populer*

(Surabaya: Arkola, 1994), hlm. 605

⁷ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Gramedia Widiasavina, 2004), hlm. 9

⁸ Pareno, Abede.S.*Kuliah Komunikasi Pengantar dan Praktek.* (Surabaya: PPYRUS 2002) hlm 22

proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.¹⁷ Menurut Onong Uchjana Effendy, “komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Untuk memberitahukan atau untuk mengubah sikap. Pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media”.⁹

Dari pengertian diatas maka suatu pola komunikasi adalah bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses mengkaitkan dua komponen yaitu gambaran atau rencana yang menjadi langkah – langkah pada suatu aktifitas dengan komponen – komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan antar organisasi ataupun juga manusia. Pola komunikasi yaitu bentuk, rancangan atau gambaran dari proses komunikasi antara satu orang dengan orang lainnya agar dapat berjalan lancar dan efektif dengan tujuan mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikasi atau seseorang yang diajak berkomunikasi. Baik secara langsung (*face to face*) atau melalui media, atau antar individu maupun kelompok.

Pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Berdasarkan judul penelitian ini tentang pola komunikasi dakwah melalui video *youtube* merupakan klasifikasi pola komunikasi publik dan pola komunikasi masa :

⁹ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi (bandung : PT Remaja Rosdakarya, 1992) Hlm 6*

1) Pola Komunikasi Publik

Banyak pakar komunikasi menyamakan atau menggunakan istilah komunikasi kelompok-besar (*large-group communication*) untuk menjelaskan pola komunikasi publik ini.⁷ Komunikasi publik (*publik communication*) dapat dipahami sebagai komunikasi yang berlangsung diantara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) dimana masing-masing orang tidak saling mengenal satu sama lain. Komunikasi publik sering juga dikenal dengan istilah kuliah umum, pidato atau ceramah.

Biasanya, komunikasi publik berlangsung dalam situasi yang lebih formal dan karakteristiknya lebih sulit dibandingkan dengan komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok. Hal ini terjadi disebabkan komunikasi publik menuntut persiapan pesan yang lebih cermat serta kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Efektif tidaknya komunikasi publik sangat bergantung pada daya tarik fisik pembicara – bahkan sering dianggap faktor penting yang menentukan efektivitas pesan – selain keahlian dan kejujuran mereka. Berbeda dengan komunikasi antarpribadi yang membuat peserta komunikasi sama-sama aktif, maka pihak komunikasi sebagai pihak yang mendengar cenderung bersikap pasif.¹⁰

Pihak komunikasi sangat terbatas dalam menyampaikan umpan balik terutama umpan balik sifatnya verbal. Umpan balik nonverbal

¹⁰ Syukuri Syaumana, 2019 “Pola Komunikasi Dakwah Da’i Dan Da’iyah Kota Banda Aceh” Volume 01 Nomor 2

pun hanya terbatas dapat dilakukan oleh orang-orang yang duduk paling depan karena dapat terlihat dengan jelas. Meskipun jarang terjadi, dalam pola komunikasi ini pembicara juga memungkinkan menerima umpan balik yang sifatnya serentak, misalnya tertawa secara serentak atau melakukan tepuk tangan. Komunikasi publik memiliki karakteristik seperti: berlangsung di tempat umum (ruang publik, contohnya auditorium, kelas, tempat ibadah, atau tempat lainnya yang dihadiri sejumlah besar orang). Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk. Komunikasi ini sifatnya lebih formal karena kelangsungannya telah direncanakan dan terstruktur, terdapat agenda, beberapa orang ditunjuk untuk menjalankan fungsi-fungsi khusus, seperti memperkenalkan pembicara, dan sebagainya.

2) Pola Komunikasi Masa

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang berlangsung dengan memanfaatkan media massa secara cetak, elektronik, atau online. Komunikator dalam komunikasi massa biasanya bersifat lembaga atau orang yang dilembagakan. Pesan-pesan dalam komunikasi massa bersifat umum dan disampaikan secara cepat, serentak dan selintas terutama yang menggunakan media elektronik serta ditujukan kepada sejumlah besar khalayak yang tersebar pada banyak tempat, anonim, dan heterogen.¹¹

Komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik dan

¹¹ Syukuri Syaumana, 2019 *“Pola Komunikasi Dakwah Da’i Dan Da’iyah Kota Banda Aceh”* Volume 01 Nomor 2

komunikasi organisasi kerap juga mempersiapkan pesan-pesan yang disampaikan dengan menggunakan media massa.¹² Meskipun khalayak ada kalanya menyampaikan pesan kepada lembaga (dalam bentuk saran-saran yang sering tertunda) karena proses komunikasi massa didominasi oleh lembaga dan lembaga tersebut yang menentukan agendanya.

e. Fungsi Komunikasi

Komunikasi mempunyai beberapa fungsi, dalam Widjaja¹³ menyebutkan tiga fungsi komunikasi, yaitu:

- 1) Penjajaganya (pengawasan area)
- 2) Penghubungan pada bagian-bagian yang terpisah dari kelompok
- 3) Penurunan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya

Nuruddin menambahkan satu fungsi komunikasi¹⁴, ialah “fungsi entertainment (hiburan) yang menunjukkan pada tindakantindakan komunikatif yang terutama sekali dimaksudkan untuk menghibur dengan tidak mengindahkan efek-efek instrumental yang dimilikinya”. Guna pengawasannya harus menampilkan pengumpulan serta distribusi data baik itu di dalam ataupun di luar warga tertentu. Aksi menghubungkan bagian-bagian meliputi interpretasi data menimpa area serta pemakainnya buat berperilaku untuk pengreaksinya terhadap peristiwa- peristiwa serta kejadian- kejadian. Ada pula guna peninggalan

¹² Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung PT. Remaja Rosdakarya, 2008), Hlm 184

¹³ Widjaja, H.A.W. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. (Jakarta : Bumi Aksara 2008) hlm 45

¹⁴ Nurudin.. *Dasar-Dasar Penulisan*. (Malang: UMM Press 2010) hlm

sosial berfokus pada pengetahuan, nilai serta norma sosial.

Apabila komunikasi ditatap dalam makna yang lebih luas, tidak cuma dimaksud selaku pertukaran kabar serta pesan, namun selaku aktivitas orang serta kelompok menimpa ubah mengubah informasi, kenyataan, serta ilham. Hingga guna komunikasi dalam masing- masing sistem sosial adalah sebagai berikut:

- a) Data, pengumpulan, penyimpanan, penyebaran(kabar, informasi, foto, kenyataan, pesan, opini serta pendapat)
- b) Sosialisasi(pemasyarakatan), penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang membolehkan orang siuman hendak guna sosial, sehingga dia bisa aktif di dalam masyarakat
- c) Motivasi, mendesak orang memastikan pilihannya serta keinginannya
- d) Perdebatan serta dialog, silih mengubah fakta
- e) Pembelajaran, Pengalihan ilmu pengetahuan
- f) Memajukan kebudayaan
- g) Penghiburan
- h) Integrasi, sediakan bermacam pesan yang dibutuhkan, supaya silih tahu serta mengerti¹⁵

Dari deskripsi diatas, dapat diartikan fungsi komunikasi sangatlah kompleks dari beberapa sumber maka kita akan mengkaitkan teori fungsi komunikasi dengan penelitian yang dilaksanakan supaya sesuai dengan tujuan harapan dalam komunikasi.

2. Dakwah

a. Definisi Dakwah

Secara etimologis dakwah berasal dari bahasa Arab “*da’wah*” yang terdiri dari tiga huruf asal,

¹⁵ Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya 1992) hlm. 27-28

yakni *dal*, *'ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf tersebut terbentuklah kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut ialah mengundang, memanggil, meminta, memohon, mendatangkan, mendoakan, dll.¹⁶ Selain itu, makna lain dari kata dakwah yang lazim diketahui ialah mengajak atau menyeru kepada kebaikan. Adapun dakwah secara terminologi memiliki pengertian yang berbeda-beda di mata para ahli, berikut ini merupakan pengertian dakwah menurut para tokoh :

- 1) Menurut Toha Yahya Omar, dakwah ialah “Mengajak manusia dengan cara bijaksana menuju jalan yang lurus sesuai dengan petunjuk Tuhan demi kebaikan serta kebahagiaan mereka di dunia maupun di akhirat”.
- 2) Menurut Amrullah Ahmad, dakwah ialah sebuah sistem yang berusaha bersama mengajak umat untuk mewujudkan ajaran agama dalam semua segi sosiokultural.
- 3) Menurut Abdul Kadir Munsyi, dakwah ialah kegiatan untuk mengubah kondisi suatu masyarakat ke arah yang lebih baik dalam segala aspek kehidupan.
- 4) Menurut Abu Bakar Zakaria, dakwah ialah “suatu usaha yang dilakukan oleh para ulama dan orang-orang yang kompeten dalam agama Islam untuk memberikan pengetahuan kepada khalayak umum mengenai segala hal yang mereka butuhkan dalam urusan dunia dan agama”.
- 5) Menurut Abu Risman, dakwah ialah segala usaha yang dilakukan oleh seorang muslim atau lebih untuk meyakinkan orang lain mengenai ajaran Islam sebagai pedoman hidupnya.¹⁷

¹⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Surabaya: Kencana, 2008), hlm 6.

¹⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Surabaya: Kencana, 2008), 11-15.

Berdasarkan pengertian dari beberapa tokoh di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan untuk saling mengingatkan satu sama lain berupa mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari kemunkaran, hal ini dapat dilakukan oleh siapapun tanpa terkecuali selama tidak melanggar norma-norma yang ada pada ajaran Islam. Dengan demikian, rasanya tidak begitu sulit untuk mewujudkan Islam sebagai agama *rahmatan lil 'alamin*.

b. Komponen Dakwah

Ada diantara hal yang harus diperhatikanya dalam berdakwah demi keberlangsungan dan kelancaran strategi dakwah itu sendiri, salah satunya ialah dengan memahami komponen-komponen dakwah. Di dalam dakwah terdapat beberapa komponen penting yang yang harus diperhatikan sebelum berdakwah, hal ini dilakukan agar *da'i* yang berdakwah dapat melakukan persiapan terlebih dahulu sebelum menjalankan proses dakwah, sehingga kelak hasil yang diperolehnya dapat berbuah manis. Adapun pengertian dari lain-lain komponen tersebut antara lain sebagai berikut :

- a. *Da'i*, merupakan orang yang melaksanakan dakwah baik itu melalui lisan, tulisan, maupun perbuatan yang dilakukan secara individu, kelompok, atau organisasi/lembaga.
- b. *Mad'u*, merupakan manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak.
- c. *Maddah*, ialah isi inti suatu materi yang berikan *da'i* kepada *mad'u nya*. *Maddah* dapat berupa hal-hal mengenai masalah akidah, syariah, mu'amalah, akhlak, dll.

- d. *Wasilah*, merupakan alat atau media yang dipakai untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*.
- e. *Thariqah*, merupakan jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah Islam. Adapun *thariqah* dapat dilakukan dengan *beberapa* cara seperti *bil hikmah, bil mau'izatul hasanah*, serta *mujadalah*.
- f. *Atsar*, ialah timbal balik atau umpan balik untuk proses pendakwah yang diterima *da'i* dari *mad'u* ketika dakwah sedang berlangsung. *Atsar* sangat penting untuk mengetahui berhasil atau tidaknya *da'i* dalam menyampaikan materi dakwahnya kepada *mad'u*.¹⁸

Program dakwah dapat berjalan dengan baik apabila seluruh komponen tersebut dapat berjalan dengan baik, namun apabila salah satu komponen berjalan dengan kurang maksimal maka dapat dipastikan akan terjadi ketimpangan yang dapat menghambat proses dakwah yang ada di Percetakan Menara Kudus dengan menggunakan metode *bil qalam*.

c. Strategi Dakwah

Menurut Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, strategi dakwah ialah “Perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu”.¹⁹ Perencanaan yang dimaksud berupa pemilihan terhadap penggunaan metode serta pemanfaatan berbagai macam sumber daya, semua hal tersebut disusun sedemikian rupa dengan mempertimbangkan beberapa hal guna mencapai

¹⁸ Wahyu Ilaihi dan M. Munir, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2015), 34.

¹⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Surabaya: Kencana, 2008), 349.

tujuan tertentu.

Seorang *da'i* bisa saja menjalankan dakwah dengan apa adanya tanpa ada persiapan sama sekali. Akan tetapi konsekuensi yang harus diterima tentu apabila *da'i* kebingungan mengenai apa saja yang akan ia lakukan tatkala sedang menjalankan proses dakwah. Oleh karenanya, dakwah yang baik tentu dakwah yang memiliki rancangan awal yang jelas dan sistematis, dengan begitu diharapkan berbagai macam kegiatan yang didesain untuk menunjang program dakwah dapat dipersiapkan dengan baik, sehingga secara tidak langsung akan berdampak pada hasil yang maksimal pula.

Menurut Luthfi Hidayah, strategi dakwah merupakan “Proses menentukan cara dan upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain strategi dakwah adalah siasat, taktik, atau manuver yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan dakwah”.²⁰ Dalam hal ini, Percetakan Menara Kudus menggunakan strategi dakwah *bil qalam* untuk mengatasi permasalahan pada dakwah *bil lisan* yang menjadi metode utama sebelum berdirinya Percetakan Menara Kudus, dengan begitu diharapkan akan adanya kolaborasi yang padu diantara kedua metode tersebut sehingga kegiatan dakwah yang ada di Kecamatan Kota Kabupaten Kudus dapat berjalan dengan maksimal.

Penstrategian dakwah ialah suatu cara atau teknik menentukan langkah-langkah kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah. Langkah-langkah tersebut disusun secara rapi dengan perencanaan yang baik, yaitu: “1) memperjelas secara *detail* sasaran-sasaran yang ideal, 2) merumuskan masalah pokok umat

²⁰ Luthfi Hidayah, “Strategi Dakwah pada Masyarakat Samin,” *Islamic Communication Journal* 4, no. 1 (2019): 95.

Islam, 3) merumuskan isi dakwah, 4) menyusun paket-paket dakwah, 5) evaluasi terhadap kegiatan dakwah".²¹ Oleh karenanya, strategi dakwah harus sesuai dengan kondisi masyarakat dalam konteks sosio kultural tertentu. Sebab dakwah Islamiyah dilakukan berdasarkan bagan sosio kultural yang sudah sarat akan nilai, pandangan hidupnya, serta sistem yang ada.²²

Setiap strategi membutuhkan perencanaan yang matang. Dalam dakwah kelembagaan, perencanaan yang strategis setidaknya berisi analisis SWOT, yaitu *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* yang dimiliki atau dihadapi organisasi dakwah.²³ Hal itu tentu dibutuhkan agar *da'i* dapat mengetahui peluang serta kelemahan yang dimiliki, dengan demikian *da'i* dapat menyusun strategi sesuai dengan kebutuhan yang ada guna menyelesaikan tujuan dakwah.

Berdasarkan uraian di atas, maka dalam penyusunan strategi dakwah perlu untuk mempertimbangkan beberapa faktor, antara lain ialah :

- a. Umat Islam harus mengembangkan pola pikir serta wawasan keilmuan.
- b. Umat Islam harus membentuk kepribadian yang baik, sehingga tidak mudah tersulut emosi dan melakukan hal-hal negatif tanpa pikir panjang, termasuk tidak menghargai pendapat orang lain.

²¹ Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual* (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), 70-75.

²² Amrullah Ahmad, *Pengembangan Keilmuan Dakwah dan Prospek Kerja* (Semarang: APDI Unit Fakultas Walisongo, 2008), 41.

²³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Surabaya: Kencana, 2008), 356.

- c. Memiliki khazanah ilmu termasuk *iptek*, sehingga materi yang dibawakan pada saat berdakwah dapat sesuai dengan tuntutan masyarakat.²⁴

Strategi dakwah ialah hal yang tak bisa dipandang setengah sebelah mata. Karena dengan adanya strategi dakwah sedikit banyaknya dapat membantu dalam kelancaran proses dakwah itu sendiri. Dengan demikian, tujuan dakwah dapat tercapai sesuai dengan yang telah dicita-citakan di awal. Selain itu, pemilihan strategi yang tepat dan jitu juga sangat dibutuhkan agar dapat meminimalisir kendala apapun yang bisa menghambat kelancaran program dakwah.

Jadi, pemrosesan dakwah tidak dapat dicoba secara praktis ataupun langsung, melainkan wajib lewat suatu proses ataupun tahapan yang terus dicoba hingga tujuan dakwah dapat tercapai. Tujuan universal dari dakwah ialah menjadikan manusia lebih baik dari tadinya. Penyampaian dakwah buat memperoleh hasil yang optimal wajib mencermati tata cara.

Dari uraian komunikasi serta dakwah diatas bisa disimpulkan yang diartikan dengan komunikasi dakwah merupakan sesuatu wujud komunikasi yang spesial dimana seseorang da' i ataupun komunikator mengantarkan pesan yang cocok dengan ajaran Islam yang bersumber dari angkatan laut(AL) Qur'an serta hadits, dengan tujuan supaya mad'u ataupun komunikan bisa berbuat serta berganti ke arah yang lebih baik.

²⁴ M. Jakfar Puteh dan Saifullah, *Dakwah Tekstual dan Kontekstual: Peran dan Fungsinya Dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat* (Yogyakarta: AK Group, 2006), 89.

3. Media Penyiaran Dakwah

a. Definisi Media Penyiaran Dakwah

Media penyiaran merupakan organisasi yang menyebarkan informasi yang berupa produk budaya atau pesan yang memengaruhi dan mencer-minkan budaya dalam masy arakat. Oleh karena itu, seperti politik atau ekonomi, media massa khususnya media penyiaran merupakan suatu Sistem tersendiri yang merupakan bagian dari sistem kemasyarakatan yang lebih luas

Media berasal dari bahasa latin, media yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi yang berarti perantara. Wilbur mendefinisikan media sebagai teknologi informasi yang dapat digunakan dalam pengajaran. Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video, kaset, slide, dan sebagainya.²⁵

Media Penyiaran dakwah ialah suatu suatu perlengkapan yang digunakan orang buat mengantarkan pesan dakwah dengan tujuan serta iktikad tertentu. Pesan dakwah disini berbentuk ajakan kepada segala umat muslim supaya melaksanakan perintah Allah serta menghindari larangan- Nya.²⁶

Media penyiaran dakwah ialah perlengkapan ataupun perantara yang di pakai buat berbicara berhubungan ataupun mengantarkan pesan dakwah dari subjek dakwah (*da' i*) ke objek dakwah (*mad' u*).

²⁵ Amin, Samsul Munir *Ilmu Dakwah* (Jakarta Amzah 2009), hlm 112-113

²⁶ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm 26

b. Teori Komunikasi Penyiaran

Perkembangan media komunikasi modern dewasa ini telah memungkinkan orang di seluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi. Hal ini dimungkinkan karena adanya berbagai media (channel) yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Media penyiaran, yaitu radio dan televisi merupakan salah satu bentuk media masa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak. Karenanya media penyiaran memegang peranan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi masa.

Studi komunikasi massa secara umum membahas dua hal pokok yaitu: pertama, studi komunikasi massa yang melihat peran media massa terhadap masyarakat luas beserta institusi-institusinya. Pandangan ini menggambarkan keterkaitan antara media dengan berbagai institusi lain seperti institusi politik, ekonomi, pendidikan, agama, dan sebagainya. Teori-teori yang berkenaan dengan hal ini berupaya menjelaskan posisi atau kedudukan media massa dalam masyarakat dan terjadinya saling memengaruhi antara berbagai struktur kemasyarakatan dengan media.

Teori Komunikasi Linear. Dalam khazanah ilmu komunikasi dikenal berbagai teori komunikasi massa yang dikemukakan oleh para ahli. Berbagai teori itu mencoba menjelaskan bagaimana proses berjalannya pesan dari sumber (source) kepada pihak yang menerima pesan atau komunikan (receiver). Teori-teori awal mengenai komunikasi massa yang lahir menjelang Perang Dunia I dan terus digunakan hingga usai Perang Dunia II selalu menggambarkan proses berjalannya pesan secara satu arah (linear) atau one way direction. Teori yang paling tua dan

paling dasar dalam hal ini adalah teori stimulus-respons (S-R theory).²⁷

Teori S-R ini memiliki banyak "julukan" seperti teori jarum hipodermik atau teori peluru. Disebut demikian, karena teori ini menyakini bahwa kegiatan mengirimkan pesan sama halnya dengan tindakan menyuntikan obat yang bisa langsung masuk ke dalam jiwa penerima pesan. Sebagaimana peluru yang ditembakkan dan langsung masuk ke dalam tubuh. Singkatnya, menurut teori ini media massa amat perkasa dalam memengaruhi penerima pesan. Teori S-R menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen, yaitu media massa dan penerima pesan yaitu khalayak. Media massa mengeluarkan stimulus dan penerima menanggapi dengan menunjukkan respons sehingga dinamakan teori stimulus-respons.

Penyiaran yang baik tentu memiliki manajemen penyiaran yang baik maka ada 4 manajemen penyiaran yaitu pertama perencanaan, yang ke dua pengorganisasian, ke tiga pengarahan dan memberi pengaruh serta yang terakhir yaitu pengawasan, dengan tahap tahap manajemen tersebut maka tujuan penyiaran dakwah akan berjalan efektif dan baik.²⁸

c. **Macam-macam media dakwah**

Media dakwah merupakan perlengkapan yang digunakan buat perantara dakwah. Hingga terdapat bermacam berbagai media yang bisa digunakan dalam berdakwah. Media dakwah yang bisa digunakan buat berdakwah dikelompokkan pada:

²⁷ Morissan, MA *Manajemen Media Penyiaran* (Jakarta Kencana 2008), hlm 15

²⁸ Morissan, MA *Manajemen Media Penyiaran* (Jakarta Kencana 2008), hlm 138

1) Media visual

Media visual yang di iktikad merupakan bahan- bahan ataupun perlengkapan yang bisa dioperasikan buat kepentingan dakwah lewat indra penglihatan. Media visual yang bisa dimanfaatkan buat berdakwah merupakan film slide, tranparansi, overhead proyektor, foto, gambar, serta lain sebagainya.²⁹

2) Media Audio

Media audio dalam dakwah merupakan alat- alat yang bisa dioperasikan selaku fasilitas penunjang aktivitas dakwah yang ditangkap lewat indra rungu. Media audio ini lumayan besar daya gunanya dalam penyebaran data, semacam radio, tape perekaman.³⁰

3) Media Audio Visual

Media audio visual merupakan media penyampaian data yang bisa menunjukkan faktor foto serta suara secara bertepatan pada dikala mengkomunikasikan pesan serta data, semacam tv, film ataupun sinetron, serta video. Media audio visual sangat efisien buat digunakan selaku media penyampaian pesan- pesan dakwah sebab kemampuannya yang bisa menjangkau wilayah sangat luas.³¹

4) Media Cetak

Media cetak merupakan media buat mengantarkan data lewat tulisan yang tercetak, semacam novel, pesan berita, serta majalah. Dakwah lewat media cetak lumayan pas serta kilat tersebar ke bermacam penjuru.³²

²⁹ Amin, Samsul Munir *Ilmu Dakwah* (Jakarta Amzah 2009), hlm 116

³⁰ Amin, Samsul Munir *Ilmu Dakwah* (Jakarta Amzah 2009), hlm 118

³¹ Amin, Samsul Munir *Ilmu Dakwah* (Jakarta Amzah 2009), hlm 120

³² Amin, Samsul Munir *Ilmu Dakwah* (Jakarta Amzah 2009), hlm 122

5) Internet

Internet berasal dari kepanjangan “*International Connection Networking*” berarti global ataupun segala dunia, connection berarti ikatan komunikasi, serta networking berarti jaringan. Dengan demikian, internet merupakan sesuatu sistem jaringan komunikasi yang tersambung segala dunia. Media yang memakai internet salah satunya media sosial. Dakwah lewat internet lebih sederhana serta lebih efisien serta gampang di jangkau oleh bermacam khalayak.³³

Media yang kerap digunakan era saat ini, era modern ialah semacam tv, internet salah satunya media youtube. Pesan berita, majalah, radio, rekaman. Media massa mempunyai banyak kekuatan yang buatnya sangat berarti serta strategis dalam dakwah, paling utama buat pencitraan serta pembuatan sikap islami dalam masyarakat.

4. Youtube

YouTube adalah situasi portal video yang sering diakses para pengguna internet, juga mempunyai fitur berbagi video (*video sharing*) sehingga dapat dilihat oleh siapapun yang ingin melihat video tersebut. Terdapat didalamnya berbagai macam video seperti *tutorial*, video musik, berita, kajian agama dan lain-lainnya.³⁴

Situs berbagi video yang sering diakses masyarakat ini didirikan tiga mantan karyawan *PayPal* pada tahun 2005, yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Hurley pernah belajar desain di Indiana

³³ Aziz, Moh Alillmu *Dakwah* (Jakarta Prenadamedia Group 2016), hlm 260

³⁴ Asdani Kindarto, *Belajar Sendiri YouTube* (Jakarta PT Elexmedia Komputer, 2008) hal.1

Universitas of Pennsylvania, sementara Chen dan Karim belajar ilmu komputer di Universitas of Iinois at Urbana Champaign.²⁸ Lalu pada tanggal 13 November 2006, *Google* membeli situs tersebut dengan biaya sebesar 1,65 Triliyun Dollar. Kantor pusat saat ini berada di San Bruno, California.³⁵

Seiring perkembangan peran *YouTube* dalam pengembangan dakwah juga sangat bagus terbukti dengan bertambah menjadi jalur distribusi bagi berbagai kalangan, mulai dari pembuatan konten sampai pengiklanan, sebagai ajang berbagi, menginformasikan dan menginspirasi para pengguna internet di berbagai belahan dunia, sesuai judul diatas peneliti memfokuskan pada dakwah melalui *youtube*, karena *youtube* sendiri merupakan media masa yang saat ini paling gampang diakses, selain dari itu *youtube* sangat mudah diakses jadi dakwah akan lebih efisien serta tidak perlu bertemu mad'u pesan dakwah akan tersampaikan dengan baik.

5. Kebun Al Qur'an

a. Pengertian Kebun Al Qur'an

Sebelum mendefinisikan tentang kebun al qur'an tentunya kita harus mendefinisikan apa itu kebun .

Kebun yakni sesuatu aktivitas yang mengusahakan tumbuhan tertentu pada tanah serta/ ataupun mediatumbuh yang lain dalam ekosistem yang cocok, mencerna serta memasarkan bareng serta jasa hasil tumbuhan tersebut, dengan dorongan ilmu pengetahuan serta teknologi, permodalan sertamanajemen untuk mewujudkan kesejahteraan untuk pelakon usaha perkebunan serta masyarakat.³⁶ Sedangkan menurut Peraturan Menteri Pertanian,

³⁵ <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>, diakses tanggal 24 Mei 2021.

³⁶ UU Nomor 18 Tahun 2004 pasal 1 ayat (1) Tentang Perkebunan.

Perkebunan “Segala kegiatan pengelolaan sumber daya alam, sumber daya manusia, sarana produksi, alat dan mesin, budi daya, panen, pengolahan, dan pemasaran terkait tanaman perkebunan”.³⁷

Sedangkan Kebun Al Qur’an ialah sebuah kebun yang Kebunnya ini di-*design* pada arah-arah dalam jumlah besar ayat-ayat Al-Qur’an³⁸ didalam kebun itu terdapat tanaman tanaman yang disebutkan dalam Al Qur’an dan kebun ini dirancang sesuai dengan petunjuk-petunjuk dalam ayat-ayat Al-Qur’an maka kandungan ayat-ayat Al Quran inilah yang akan dijadikan penentu arah dalam mengambil kebijakan mengenai desain jenis tanaman pada kebun ini nantinya.

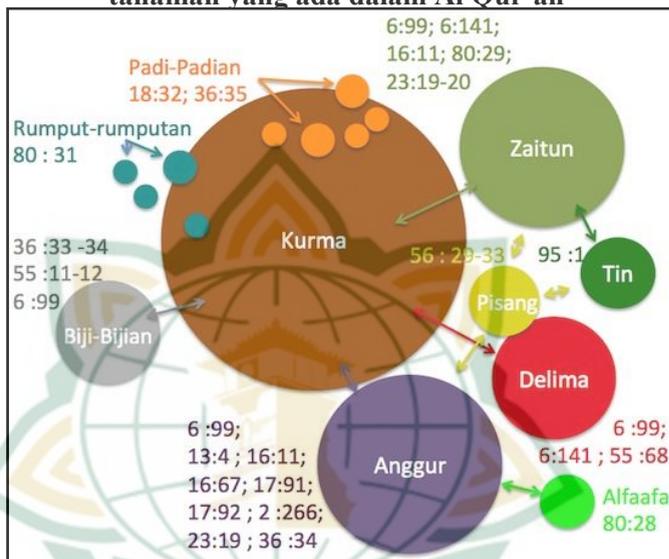
Seperti Kebun Al Quran sendiri berarti kebun yang tanaman dan buahnya semua yang disebutkan dalam al quran dan hadist salah satunya kurma, anggur, delima, buah tin, pohon bidara. di Kebun Qur’an yang di kelola oleh Pesantren Al Mawaddah Kudus ada lengkap berbagai macam buah buahan/ Tanaman yang di sebutkan dalam Al Quran & Hadist bahkan Uniknya tumbuhan yang berasal dari timur tengah pun bisa tumbuh dan berbuah, dan inilah caraa Pesantren Al Mawaddah untuk mengedukasi masyarakat umum untuk lebih mengetahui bahwa al quran telah menciptakan buah buahan dan tumbuhan beserta khasiatnya dan pelajarannya.

Al Qur’an Telah menyebutkan berkali kali Tanaman dan buah dalam Al Qur’an berikut table penyebutaan tanaman atau buah dalam Al Qur’an:

³⁷ Peraturan Menteri Pertanian No 05 pasal 1 ayat (1) Tentang Pembukaan dan/atau Lahan Perkebunan Tanpa Membakar.

³⁸ Muhaimin Iqbal, Kebun Al Qur’an, (Startup Center , 2013), hlm 12

Tabel 2.1
Tabel Diagram Ukuran Bulatan Penyebutan jenis tanaman yang ada dalam Al Qur'an



Dimensi bulatan disesuaikan dengan banyaknya sesuatu tipe tumbuhan diucap di Al- Qur' an, ini kurang lebih mewakili tingkatan kepentingan tumbuhan tersebut untuk kehidupan manusia. Misalnya kurma, diucap hingga sekurangnya 20 kali—hingga kurma ini yang kita foto sangat besar. Dari kurma inilah kita mengawali rancangan kebun kita nantinya..

Setelah itu tanaman- tanaman lain terdapat yang diucap dalam beberapa ayat berdampingan dengan penyebutan kurma. Misalnya anggur, diucap tidak kurang dari 9 kali berdampingan dengan kurma. Zaitun, tidak kurang 5 kali diucap berdampingan dengan kurma. Delima diucap 3 kali berdampingan dengan kurma, demikian pula biji- bijian.

Biji- bijian(leguminosa) apalagi dalam 2 ayat diucap mendahului tumbuhnya kurma (QS. Yasin Ayat 33; QS. Angkatan laut(AL) Anam Ayat 99),

sebab ia berperan sebagai tumbuhan perintis yang mengikat nitrogen dari hawa. Ia membawakan lahan yang semula mati/ gersang hingga layak buat ditumbuhi kurma serta setelah itu pula tanaman-tanaman yang lain.

Terdapat pula yang diucap tidak secara berdampingan namun masih dalam rangkaian ayat-ayat yang mangulas perihal yang sama, sehingga masih dalam konteks yang sama. Misalnya padi-padian yang memenuhi kebun kurma(QS. Angkatan laut(AL) Kahfi Ayat 32) ataupun ditanam setelah kebun kurma memancarkan air- sehabis tanah produktif(QS. Yasin Ayat 35), buat memenuhi kebutuhan tumbuhan pangan untuk manusia.

Dalam konteks yang sama dengan santapan untuk manusia, pula terdapat ayat yang mengisyaratkan berartinya mencermati santapan ternak kita(QS Abbasa Ayat 32). Buat itu kita pula wajib menanam rumput- rumputan(QS Abbasa Ayat 31).

Terdapat pula pelajaran spesial dari Surga, ialah tumbuhan buah pisang(QS AL Waqiah Ayat 29) yang diucap di antara buah yang banyak- yang tidak disebutkan secara langsung namanya satu persatu(QS AL Waqiah Ayat 32), diucap pula kalau terdapat buah yang tidak menyudahi serta tidak pula terlarang buat mengambilnya(QS Waqiah Ayat 33). Para pakar tumbuhan serta pakar buah ketahui, kalau pisang merupakan buah yang tidak memahami masa!.

Hingga kurang lebih semacam ilustrasi di atas- lah isi kebun yang dirancang bersumber pada ayat-ayat Al- Qur' an itu. Mulai dari tumbuhan perintis dari tipe biji- bijian, setelah itu masuk tumbuhan utama ialah kurma. Berdampingan dengan kurma dalam jumlah menjajaki dimensi yang sangat banyak merupakan anggur, setelah itu diiringi zaitun serta delima.

Buat mengimbangi buah- buhan yang rata- rata terdapat musimnya tiap- tiap, diisi pula dengan buah yang tidak memahami masa ialah pisang. Di tanah produktif yang tercipta lewat ecosystem kebun ini, setelah itu pula ditanam padi- padian semacam beras serta gandum– memenuhi santapan yang kita butuhkan.

Sebab kita pula perlu makan daging, hingga tidak kurang ingat kita mencermati pakan ternak kita- untuk ini rumput- rumputan pula wajib ditanam di tempat- tempat yang cocok. Supaya ternak kita berkembang dengan gizi terbaik, hingga di antara tumbuhan Anggur pula ditanam tumbuhan Alfaafa– yang secara spesial diucap selaku tumbuhan yang bergizi besar.

Dalam Al-Qur'an bahasa Inggris terjemahan Yusuf Ali – (QS Abbasa Ayat 21) diterjemahkannya menjadi “*and grapes and nutritious plants*” (dan anggur dan tanaman bergizi tinggi), lebih menggigit ketimbang yang diterjemahkan dalam bahasa Indonesia “*anggur dan sayur-sayuran*”. Professor Zaghoul El Naggar – penulis mu'jizat Al-Qur'an mengartikanya sebgai tanaman bergizi tinggi itu ialah “*Alfaafa (Alfaifa - Medicago sativa)*”, karena secara ilmiah memang juga terbukti bahwa tanaman inilah jenis tanaman yang memiliki gizi paling tinggi itu.

Tanaman “*Alfaafa*” yang memerlukan cahaya matahari yang banyak buat pertumbuhannya, dapat hidup berdampingan dengan anggur sebab kepribadian anggur yang merambat. Rambatan anggur dapat terbuat vertical semacam pagar tumbuhan, sehingga ia berkembang sempurna tanpa membutuhkan ruang yang banyak. Anggur bersimbiose dengan alfaafa yang mempertahankan temperatur tanah serta mengikat nitrogen banyak-

banyak di akarnya buat kesuburan lahan yang diperlukan tumbuhan anggur.³⁹

Hingga sekali lagi perhatikan pada ilustrasi di atas, betapa satu demi satu tumbuhan silih memenuhi. Terdapat yang menyuburkan lahan, terdapat yang menciptakan buah, terdapat yang memancarkan mata air, terdapat yang berikan hasil bercocok tanam, terdapat yang senantiasa berbuah kala yang lain tidak berbuah, terdapat yang sediakan pakan buat ternak– yang setelah itu berikan daging serta susu untuk manusia.

6. Pondok Pesantren

Pesantren secara etimologi berasal dari kata “santri” yang mendapat awalan “pe- serta akhiran –an” sehingga menjadi “pe-santria-an” yang bermakna kata “shastri” yang artinya murid. Sedang C.C. Berg. berpendapat bahwa istilah “pesantren berasal dari kata shastri yang dalam bahasa India berarti orang yang tahu buku-buku suci agama Hindu, atau seorang sarjana ahli kitab-kitab suci agama Hindu. Kata shastri berasal dari kata shastra yang berarti buku-buku suci, buku-buku suci agama atau buku-buku tentang ilmu pengetahuan. Pendapat lain mengatakan, kata santri berasal dari kata Cantrik (bahasa Sansekerta, atau mungkin jawa) yang berarti orang yang selalu mengikuti guru, yang kemudian dikembangkan oleh Perguruan Taman Siswa dalam sistem asrama yang disebut Pawiyatan”.⁴⁰ Sebutan santri pula terdapat dalam bahasa Tamil, yang berarti guru mengaji. Terkadang pula dikira selaku gabungan kata saintr (manusia baik) dengan suku kata tra(suka membantu), sehingga kata pesantren bisa berarti tempat pembelajaran manusia baik- baik..

³⁹ Muhaimin Iqbal, *Kebun Al Qur'an*, (Startup Center , 2013), hlm 13-15

⁴⁰ Nurcholish Madjid, *Bilik-bilik Pesantren, Sebuah Potret Perjalanan*, (Jakarta: Paramadina, 1977), hal 20.

Bagi komentar para ilmuwan, sebutan pondok pesantren merupakan ialah 2 sebutan yang memiliki satu makna. Orang Jawa menyebutnya “pondok” ataupun “pesantren”. Kerap pula menyebut selaku pondok pesantren. Sebutan pondok barangkali berasal dari penafsiran asrama- asrama para santri yang diucap pondok ataupun tempat tinggal yang dibuat dari bambu ataupun barangkali berasal dari bahasa Arab “funduq” maksudnya asrama besar yang disediakan buat persinggahan. Saat ini lebih diketahui dengan nama pondok pesantren. Di Sumatra Barat diketahui dengan nama surau, sebaliknya di Aceh diketahui dengan nama rangkang.⁴¹ Dari penafsiran tersebut berarti antara pondok serta pesantren jelas ialah 2 kata yang identik(mempunyai kesamaan makna), ialah asrama tempat santri, tempat murid ataupun santri mengaji.

Sedangkan secara terminologi pengertian pondok pesantren dapat penulis kemukakan dari pendapat para ahli antara lain:

- a. M. Dawam Rahardjo memberikan pengertian pesantren “sebagai sebuah lembaga pendidikan dan penyiaran agama Islam, itulah identitas pesantren pada awal perkembangannya. Sekarang setelah terjadi banyak perubahan di masyarakat, sebagai akibat pengaruhnya, definisi di atas tidak lagi memadai, walaupun pada intinya nanti pesantren tetap berada pada fungsinya yang asli, yang selalu dipelihara di tengah-tengah perubahan yang deras. Bahkan karena menyadari arus perubahan yang kerap kali tak terkendali itulah, pihak luar justru melihat keunikannya sebagai wilayah sosial yang mengandung kekuatan resistensi terhadap dampak modernisasi”.⁴²

⁴¹ Yasmadi, *Modernisasi Pesantren*, (Jakarta: Ciputat Press, 2002), hal. 62

⁴² Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren*, (Jakarta: LP3ES, 1994), hal. 18

- b. Abdurrahman Wahid, menjabarkan “Pesantren secara teknis, pesantren adalah tempat di mana santri tinggal”⁴³.
- c. Mahmud Yunus, mendefinisikan sebagai tempat santri belajar agama Islam.
- d. Abdurrahman Mas’ud, mendefinisikan pesantren “*refers to a place where the santri devotes most of hisor her time to live in and acquire knowledge.*”⁴⁴ mengacu pada tempat di mana para santri mencurahkan sebagian besar waktunya untuk Hisor hidup dan memperoleh pengetahuan
- e. Imam Zarkasyi, secara definitif mengartikan pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam dengan sistem asrama atau pondok, di mana kyai sebagai figur sentralnya, mesjid sebagai pusat kegiatan yang menjiwaitnya, dan pengajaran agama Islam dibawah bimbingan kyai yang diikuti santri sebagai kegiatan utamanya⁴⁵

Secara pendek pesantren dapat pula dikatakan selaku laboratorium kehidupan, tempat para santri belajar hidup serta bermasyarakat dalam bermacam segi serta aspeknya. Definisi pesantren yang dikemukakan oleh Imam Zarkasyi(pendiri Pondok Modern Darussalam Gontor) sama dengan definisi yang dikemukakan oleh Zamakhsyari Dhofier dalam memastikan elemen- elemen pesantren, semacam: Kiyai, santri, masjid, pondok, serta pengajaran agama Islam. Meski sama dalam memastikan elemenelemen pesantren, tetapi keduanya memiliki perbandingan dalam memastikan modul pelajaran serta metodologi pengajaran. Zamakhsyari memastikan modul pelajaran pesantren cuma terbatas pada kitab- kitab klasik

⁴³ Abdurrahman Wahid, *Menggerakkan Tradisi, Esai-esai Pesantren*, (Yogyakarta: LKIS, 2001), hal.17

⁴⁴ Mahmud Yunus, *Sejarah Pendidikan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Hidakarya,1990) hal. 231

⁴⁵ Ismail SM (ed), *Pendidikan Islam, Demokrasi dan Masyarakat Madani*, (Yogyakarta: PustakaPelajar, 2000) Cet ke-1, hal.17

dengan metodologi pengajaran, ialah sorogan serta wetonan.⁴⁶ Sebaliknya Imam Zarkasyi tidak menghalangi modul pelajaran pesantren dengan kitab- kitab klasik dan memakai metodologi pengajaran sistem klasikal (madrasi).

Pesantren selaku sesuatu lembaga keagamaan mengarahkan, meningkatkan serta menyebarkan ilmu agama Islam, kondisi semacam ini masih terpusat pada pesantren- pesantren di Pulau Jawa serta Pulau Madura yang bercorak tradisional. Tetapi pesantren yang modern tidak cuma mengarahkan agama saja, namun pula mengarahkan ilmu- ilmu universal, ketrampilan serta sebagaimana yang kita tahu pada Peranan Pondok Pesantren Gontor, yang telah mempraktikkan sistem serta tata cara yang mencampurkan antara sistem pengajaran non klasikal(tradisional) serta sistem klasikal(sekolah).

Dari sebagian definisi di atas bisa disimpulkan kalau penafsiran pondok pesantren merupakan sesuatu lembaga pembelajaran serta keagamaan yang berupaya melestarikan, mengarahkan serta menyebarkan ajaran Islam dan melatih para santri buat siap serta sanggup mandiri. Ataupun bisa diambil penafsiran dasarnya selaku sesuatu tempat dimana para santri belajar pada seseorang kyai buat memperdalam ataupun mendapatkan ilmu- ilmu agama yang diharapkan nantinya jadi bekal untuk santri dalam mengalami kehidupan di dunia ataupun di akhirat. Definisi- definisi yang di informasikan oleh pengamat di atas baik yang berasal dari dalam ataupun dari luar pesantren, membagikan alterasi serta ialah sesuatu keniscayaan yang tidak bisa dipungkiri. Perihal tersebut diakibatkan perbandingan semacam itu, malah terus menjadi menaikkan khazanah serta wacana yang sangat diharapkan secara akademik.

⁴⁶ Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren, studi Tentang Pandangan Hidup Kyai*, (Jakarta: LP3ES, 1995) hal 44-60.

B. Penelitian Terdahulu

Riset terdahulu ialah bagian dari rujukan dalam riset ini. Ada pula tujuan dari pemaparan riset terdahulu ini merupakan buat memastikan posisi riset serta menarangkan perbedaannya. Riset terdahulu sangat bermanfaat selaku perbandingan. Dengan demikian penelitian yang dilakukan peneliti adalah benar-benar orisinal. Penelitian ini termasuk dalam penelitian baru, namun di beberapa situs online ditemukan penelitian yang relevan. Berikut adalah penelitian relevan yang peneliti temukan:

1. Skripsi yang ditulis Yoghi Ridho Firdaus Mahasiswa IAIN Salatiga yang berjudul “Dakwah melalui konten ceramah dalam media youtube”
Dengan hasil korelasi sangat efektifitas dan mudah dipahami oleh mahasiswa Sehingga dakwah melalui konten video ceramah yang didapat melalui media youtube dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari oleh mahasiswa. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada komunikasi konten Video Dakwah yang dikolaborasikan dengan konsep Ayat Ayat, Tanaman dalam Kebun Al Qur’an Supaya masyarakat teredukasi dengan hal hal yang unik serta bermanfaat menurut islam.
2. Skripsi yang ditulis oleh Evi Novitasari Mahasiswa IAIN Ponorogo dengan judul “Dakwah Melalui Media Sosial Youtube” (Analisis Media Siber dalam Etnografi Virtual pada Channel YouTube Transformasi Iswahyudi).
Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini membahas tentang Media Cyber Youtube, sedangkan penelitian yang akan dilakukan hanya berfokus pada konsep konten media video untuk pengembanagan kebun Al Qur’an. Penelitian ini juga mencari tahu mengenai penyajian konsep video.
3. Skripsi yang ditulis oleh Imas Mutiawati Mahasiswa UIN Walisongo Semarang dengan judul “Dakwah

Media Sosial” (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram).

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini membahas tentang Dakwah melalui Instagram, sedangkan penelitian yang akan dilakukan hanya berfokus pada Konten Youtube.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek permasalahan. Kerangka berpikir ini disusun dengan berdasarkan pada tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan atau terkait. Dalam kerangka berpikir penelitian, ada beberapa hal yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu terkait dengan Komunikasi Dakwah dalam pengembangan Kebun Al Qur'an.

Proses Pengembangan Kebun Al Qur'an melalui konten video melibatkan adanya menejerial konseptor yang terencana dengan baik, kepemimpinan yang baik, strategi dan metode yang jitu serta didukung oleh sumber daya manusia atau peran dari Pengasuh, Pengelola dan santri, metode pengembangan melibatkan pimpinan atau kiyai dan crew santri. Peran kiyai sekaligus pengelola serta santri atau crew konten video harus saling terkait supaya kegiatan dakwah melalui konten video dapat berkembang dan syiar

Inti dari penelitian ini yaitu bagaimana menemukan konsep konten video yang dikolaborasikan dengan konsep pengembangan kebun Al Qur'an yang bagus, menarik dan efisien serta meminimalisir kendala kendala.

Gambar 2.2
Gambar Kerangka Berpikir

