

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Komunikasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia<sup>1</sup>. Bayangkan jika tidak ada komunikasi dan kehidupan tanpa komunikasi, maka sejarah peradaban manusia tidak akan bisa maju, karena tidak ada hubungan yang memungkinkan informasi / pesan untuk dibagikan dengan orang lain yang menyebarkan informasi atau berita tersebut.<sup>2</sup> Komunikasi adalah bagian penting dari kehidupan manusia. Oleh karena itu, status komunikatif dalam Islam berada di bawah tekanan yang cukup untuk menjadikan manusia sebagai anggota masyarakat dan ciptaan Tuhan. Tercatat dengan jelas bahwa tindakan komunikasi tidak hanya ditujukan kepada sahabat manusia dan lingkungannya, tetapi juga ditujukan kepada Tuhan.

Ada beberapa model komunikasi, dan setiap model memiliki definisi yang berbeda. Model komunikasi membuatnya lebih mudah memahami proses komunikasi, dan memahami komponen dasar yang perlu ada dalam komunikasi. Komunikasi juga merupakan proses hal ini terlihat pada setiap gejala atau kejadian yang tidak bisa lepas dari komunikasi Orang-orang saling terkait satu sama lain.

---

<sup>1</sup> Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam dan Aplikasi* (Jakarta:PT. Asli Mahsatya, 2009), hlm.8.

<sup>2</sup> Nuni Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), hlm.11

Cara komunikasi yang efektif dapat mengubah sikap orang-orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut. Tujuannya adalah untuk memberikan tujuan pemahaman informasi yang disampaikan antara penyedia dan penerima di kemudian hari, agar bahasanya lebih jelas dan lengkap, penyampaian dan umpan baliknya seimbang, serta berlatih penggunaan bahasa non verbal dengan baik.

Islam adalah agama terakhir dan agama pelengkap dari agama sebelumnya. Nabi Muhammad SAW menyebarkan Islam di Mekah dan kemudian di Madinah, kemudian berkembang ke seluruh dunia. Perkembangan agama Islam ini tidak lebih dari proses “Dakwah” yang dilaksanakan oleh para pemimpin Islam. Perkembangan dakwah Islam menjadi alasan mengapa Islam terus berkembang dan menyebar ke masyarakat.

Berbicara tentang Dakwah setiap muslim memiliki kewajiban Untuk menyampaikan kebenaran Islam kepada sesama Muslim lainnya Sesuai dengan misinya sebagai Rahmatan lil alamin.<sup>3</sup> Dakwah Bukan hanya di bawah penugasan kelompok khusus di mana kelompok lain dibatasi pada tanggung jawab sama seperti setiap Muslim yang dituntut berdoa, zakat, kebaikan, sikap sejati dan jujur, maka setiap muslim juga memiliki kewajiban untuk menjalankan keimanan Hati yang kosong, dimaksudkan untuk membimbing orang percaya untuk menjaga Imannya. Islam adalah agama yang memberdayakan rakyatnya untuk menyebar dan menyiarkan

---

<sup>3</sup> M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Bulan Bintang, 1993, hlm.2.

Islam ke seluruh umat manusia alam semesta. Islam menjamin kebahagiaan dan kesejahteraan umat manusia, jika Islam mencakup semua aspek kehidupan dan menggunakannya sebagai pedoman dengan mendakwahkan Islam sebagai agama.<sup>4</sup>

Sebagaimana Allah Swt telah berfirman dalam surat At-Taubah Ayat 71 yang berbunyi :

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ  
بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ  
وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ  
اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ

Artinya : Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat dan mereka taat pada Allah dan Rasul-Nya. mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; Sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana.” (QS. At-Taubah : 71)

Dakwah Islamiyah sebenarnya adalah kewajiban umat yang komprehensif Muslim. Artinya, mereka yang sudah termasuk dalam kategori individu (*mukallaf*) Beban tanggung jawab dan (*mumayyiz*) individu yang dapat membedakan tanggung jawab antara keduanya Benar dan salah, antara baik dan buruk. Menyebarkan Islam memiliki tanggung jawab Melalui kelompok, jemaah secara individu maupun kolektif organisasi. Oleh karena itu, umat Islam pada dasarnya mengajar. Menurut

<sup>4</sup> *Ibid.*

proporsi dan proporsinya, umat Islam dapat disebut sebagai da'i atau mubaligh. Dalam lingkup luas kewajiban dakwah, Hadis mengatakan: "*Ibda Binavsika tsumma biman ta'ula*", (memenuhi kewajiban Dari agamamu sendiri, lalu ke orang-orang di sekitarmu. Selain Al-Quran juga menganjurkan untuk melindungi dirinya dan keluarganya dari api neraka (Surat Tahrir: 6).

Dakwah merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan ajaran Islam yang sangat dibutuhkan manusia. Dakwah adalah proses mengajak orang-orang pembuat kebijakan untuk mengikuti jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan Yang Maha Esa. Dalam kemakmuran dan kebahagiaan dunia ini dan dunia masa depan.<sup>5</sup> Dasar dakwah adalah amar makruf dan nahi munkar, sedangkan tujuannya ialah Islamisasi dalam kehidupan manusia, pribadi dan masyarakat.<sup>6</sup>

Dakwah merupakan syarat wajib bagi setiap Muslim dan Muslim untuk menyebarkan nilai-nilai Islam. Keberadaannya menjadikan Islam tegak dan kokoh di muka bumi ini. Kemajuan dakwah dalam Islam akan berdampak pada perkembangan agama. Di sisi lain, aktivitas dakwah yang lambat akan menyebabkan penurunan keyakinan agama karena itu dapat dimengerti apakah Islam menempatkan tugas misi di pundak setiap orang beriman.

---

<sup>5</sup> Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Pedoman Jaya, 2004). Cet. Ke-1, hlm.3.

<sup>6</sup> Firdaus, *Panji- Panji Dakwah*, (Jakarta: Pedoman Jaya, 1991), Cet.Ke-1, hlm.4.

Umat Islam membutuhkan strategi baru yang dapat mengantisipasi perubahan yang cepat. Jadi dalam proyek tersebut Untuk menyongsong kebangkitan umat modern, peradaban Islam saat ini perlu merumuskan strategi yang tepat. Berdasarkan uraian di atas, sangat penting bagi umat Islam untuk memahami jalan lurus Dakwah, Jalan itu akan memenangkan agama dan menghormati umat Muslim. Tidak semua orang yang terlibat dalam dakwah dan jihad dapat memahami dengan cara memahami perkembangan teknologi digital yang semakin pesat.

Kita tidak bisa lagi menghindari perkembangan Teknologi yang membuat aktivitas kinerja kita lebih mudah, seperti menjadi pribadi Ulama menyampaikan dakwah Islam di depan orang biasa, tidak perlu Cobalah pergi ke satu tempat lalu pergi ke tempat lain untuk menyelesaikan tugas Islam. Televisi merupakan salah satu media visual yang paling banyak digunakan para Ulama zaman sekarang.

Di era Digital ini, ajaran Islam bukan lagi kekuatan ulama. Orang dapat mempelajari Islam dengan berbagai cara kapanpun dan dimanapun. Masyarakat saat ini tidak hanya mengandalkannya Ulama adalah satu-satunya sumber pengetahuan agama. Orang dapat menggunakan TV, radio, surat kabar, ponsel, video, CD-ROM, buku, majalah dan buletin. Faktanya, Internet sekarang Ini merupakan media yang sangat mudah dan praktis untuk menemukan berbagai persoalan keagamaan dari persoalan sekunder seputar agama, bahkan untuk masalah yang paling kompleks pun, semuanya sangat mudah diketahui dan didapat. Biasanya “Kiyai Google” digunakan sebagai

sumber dan rujukan utama untuk memperoleh ilmu agama.<sup>7</sup>

Berbeda dengan era Agraria, Para Ulama dan pemuka agama begitu berkuasa dalam mempengaruhi kehidupan masyarakat. Pendapat dan sikap mereka Tiru, dengarkan, dan terapkan. Orang rela berkorban demi cinta dan ingin pergi ke tempat yang lebih jauh untuk pengajian mereka adalah ulama dan mereka ingin memperoleh tausiyah yang dapat digunakan sebagai pedoman untuk menjalani hidup yang baik dan benar. Menggunakan Khusyu, semangat tawadhu tinggi, mereka mendengarkan dengan cermat apa yang dikatakan ulama, dan melakukan yang terbaik untuk melaksanakan apa yang dikatakannya.

Era globalisasi ditandai dengan kemajuan teknologi saat ini harus menuntut seorang da'i memiliki ketrampilan manajemen teknologi seperti media yang dia beritakan. Da'i tidak hanya menunggu masalah datang untuk berdakwah. Ziauddin Sardar berkata seorang da'i harus "menjemput Bola" untuk membangun interaksi, komunikasi, dan keterikatan terhadap umatnya. Dengan media teknologi, da'i mampu melakukan masivikasi kajian dan syiar dakwah Islam kepada seluruh umat muslim dengan lebih praktis.

Kemajuan teknologi dan informasi telah memungkinkan improvisasi representatif Humor dan lain-lain, jadi materi dakwah tetap menarik. Mengingat tantangan dakwah di era teknologi dan era informasi (terutama media), sebenarnya tidak demikian dapat dipisahkan dari fasilitas hiburan. pengaruh dakwah, arah dakwah, Itu masih berkembang bahkan cenderung

---

<sup>7</sup> Abdul Basit

bias. Pada awalnya, dakwah lebih banyak keterkaitan dengan bidang ibadah, selalu dilandasi niat dan motivasi Ibadah harus diisi dengan sukacita, dengan hati yang tulus Semoga menikmati kesenangan Allah SWT saja.

Sudah tidak dapat dipungkiri lagi, pada zaman modern ini sebagian besar manusia di negara maju dan sebagainya lainnya bergantung kepada teknologi komunikasi, terutama media komunikasi massa. Tingkat kebutuhan terhadap teknologi ini telah demikian menjadi suatu yang menentukan. Baik dalam interaksi antar individu, komunitas, lembaga maupun hanya sekedar mencari hiburan dan alternatif untuk mendapatkan informasi.<sup>8</sup>

Era digital sering disebut oleh para pakar sebagai era multilayar. Era di mana seluruh perhatian masyarakat tercurah kepada media semacam smartphone, laptop, dan televisi. Di era digital yang menawarkan kemudahan dalam mengakses informasi, masyarakat dengan sangat mudah akan mene rima dan menjadi bagian integral atas isu-isu strategis yang sedang hangat diperbicarakan akhir - akhir ini, misalkan isu keberagaman, isu multikulturalisme, isu politik, isu ekonomi, isu keadilan hukum, dan isu lainnya.

Untuk mencapai tujuan dakwah dalam skala yang lebih besar, harus ada media dakwah yang dapat mencapainya. Dalam masyarakat yang melek teknologi, media massa elektronik harus digunakan untuk mengembangkan gerakan Dakwah Islam. Televisi merupakan media yang dinilai efektif

---

<sup>8</sup> Salma Yoga S “*Dakwah di Internet: Konsep Ideal, Kondisi Objektif dan Prospeknya*”, Jurnal Al-Bayan Vol.22 No.31 (Januari- juni),20, hlm.65

dalam gerakan Dakwah Islam. Karena hampir semua orang di Indonesia menonton Televisi.

Televisi merupakan media elektronik audio visual, yang juga dapat disebut media audio visual, atau dapat Anda dengarkan secara langsung. Fungsi umum TV adalah untuk membahas informasi (*to inform*), pendidikan (*to educate*), hiburan (*entertainment*) dan pengaruh, pada kenyataannya semua stasiun TV, baik stasiun TV pemerintah maupun swasta telah mengimplementasikan fungsi tersebut hampir sama.<sup>9</sup>

Jalaludin Rahmat mengatakan bahwa televisi sudah menjadi agama masyarakat industri, artinya masyarakat kini belajar hidup dari televisi.<sup>10</sup> Selain itu, menurut Mc. Luhan, media massa merupakan perpanjangan tangan dari kesadaran publik. Melalui media massa, pendengar dapat memperoleh informasi tentang objek, orang atau tempat yang belum pernah mereka alami secara langsung, termasuk peristiwa Dakwah Islam. Dunia terlalu luas untuk menampung semua orang. Media massa untuk menyampaikan informasi tentang lingkungan sosial dan Islam. Televisi menjadi jendela kecil untuk menyaksikan semua jenis informasi yang tidak bisa didapatkan oleh indra kita.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Dedi Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi, Menjadi Reporter Profesional*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), hlm.27.

<sup>10</sup> Jalaludin Rahmat, *Catatan Kang Jalal visi Media, Politik dan Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1998), Cet, Ke-2, hlm.26

<sup>11</sup> Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), hlm.224.



Dibandingkan dengan media lainnya, televisi memiliki keunggulan sebagai media yang memiliki fungsi informasi, pendidikan dan hiburan. Karena pengaruh Televisi sangat kuat, cakupan pengaruhnya sangat luas. Televisi memiliki kemampuan dalam menyajikan informasi audiovisual yang memudahkan pemirsa dalam menerima konten pesan, sehingga mendukung efektivitas tersebut.

Dengan daya tarik ukuran Televisi yang memadai, gambar dan suara bisa langsung diputar, begitu banyak partai politik yang menggunakan media televisi untuk berbagai keperluan, Misalnya: ekonomi, politik, budaya, hukum, kemasyarakatan, dan sebagai media dakwah. Di Indonesia masih jarang menggunakan Televisi atau film sebagai media Seperti yang dikatakan Aqib Suminto, ada film pernapasan Islam masih kabur.<sup>12</sup>

Persaingan sengit di dunia pertelevisian membutuhkan pemikir dan aktor Dakwah Terus meningkatkan kualitas dan kecerdasannya dalam memutakhirkan konsep dakwah. Misalnya dengan memperkuat jaringan dan menjalin kerjasama antar kelompok Islam dan agama lainnya, ini hal yang menjanjikan, jadi kreativitas gratis itu gratis. Kemas dan format dakwah sesuai dengan permasalahan masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan melalui media TV.

Dengan munculnya berbagai stasiun televisi di Indonesia khususnya di Daarut Tauhid Bandung, setiap stasiun televisi saling bersaing dengan menghadirkan program-program yang menarik untuk menarik perhatian

---

<sup>12</sup> Aqib Suminto, *Problematika Dakwah*, (Jakarta: Panji Islam, 1993), Hlm. 56.

penonton, sehingga menjadikan stasiun televisi tersebut saling bersaing membentuk hubungan yang terdiri dari strata sosial dan ekonomi dengan audiensnya.

Daarut tauhid merupakan satu-satunya stasiun TV yang memiliki stasiun TV yang mendapat tugas dari MQTV (Management Qolbu Televisi) yang dikelola langsung oleh KH. Abdullah Gymnastiar atau sapaan Aa Gym. MQTV merupakan salah satu stasiun televisi yang penyelenggaraan siarannya akan disesuaikan dengan Syariah Islam. Dengan berdirinya MQTV (TV and TV Qolbu Management), Aa Gym sangat optimis dengan perkembangan media di era digital dan dapat memanfaatkannya sebagai sarana dakwah kepada umat Islam. Namun untuk mendapatkan hasil yang lebih efektif, media harus dikelola secara profesional, dan kehandalan harus diutamakan.

MQTV diselenggarakan untuk memajukan bangsa, mulai dari penyiaran, bahkan program iklan, yang sebenarnya merupakan bagian dari solusi dan meningkatkan moral bangsa. Program tersebut dihadirkan untuk hiburan, pendidikan, dan sekaligus menenangkan. Misalnya pengajian Al-Quran dengan bahasa Sunda di, talk show, sinetron dan animasi khas MQ. MQTV (Management Qolbu Televisi) dapat bersinergi dengan media internal meskipun memiliki segmen dan cakupan berbeda. Saat ini banyak orang mengkritik tintonan televisi dengan acara yang kurang mengandung nilai – nilai moral pendidikan dan keagamaan. Dalam hal ini tentu dikaitkan dengan model fenomena dakwah secara digital yang semakin melesat

terutama media televisi Daarut Tauhid.

Oleh sebab itu, penulis sangat tertarik dengan Penelitian Model Komunikasi Dakwah Digital MQTV (Penelitian di MQTV Daarut Tauhid Gegerkalong ). Penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan model komunikasi perkembangan dakwah Islam secara digital di MQTV yang dapat diterima oleh masyarakat pada umumnya. MQTV TV ini dapat dilihat juga di Platform Digital Indohome dan Live Streaming Youtube Channel.

## **B. Fokus Penelitian**

Mengacu pada latar belakang topik penelitian ini, Kemudian secara spesifik ajukan pertanyaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana model komunikasi dakwah digital di MQTV Daarut Tauhid Gegerkalong ?
2. Bagaimana peluang dan tantangan yang harus dihadapi dengan model komunikasi Dakwah Digital MQTV Daarut Tauhid Gegerkalong ?

Dan fokus penelitian diatas sesuai dengan spesifikasi beberapa

Pertanyaan terkait bagaiman model komunikasi dakwah digital di MQTV dan bagaimana peluang dan tantangan yang harus dihadapi dengan model komunikasi Dakwah Digital MQTV Daarut Tauhid.

## **C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Atas dasar pertanyaan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk melakukan kajian yang mendalam dan mendeskripsikan Model Komunikasi

Dakwah Digital MQTV (Penelitian di MQTV Daarut Tauhid Gegerkalong ),  
diantaranya :

- 1) Untuk mengetahui Bagaimana model komunikasi dakwah digital di MQTV Daarut Tauhid Gegerkalong ?
- 2) Untuk mengetahui Bagaimana peluang dan tantangan yang harus dihadapi dengan model komunikasi Dakwah Digital MQTV Daarut Tauhid Gegerkalong ?

## 2. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan dan tujuan penelitian yang tertulis, penulis berharap desain penelitian dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- 1) Secara Akademis

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam pengembangan keilmuan dakwah digital terutama bagi para mubaligh dan aktivis media, serta bidang keilmuan Dakwah, serta penerapan dari teori- teori komunikasi dakwah digital dalam studi dakwah di MQTV Daarut Tauhid.

- 2) Secara Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan nilai model komunikasi dakwah digital di MQTV Daarut Tauhid. Oleh Pelaksana Teknis Fungsional Media meluas untuk memberikan konsultasi dan bimbingan kepada masyarakat. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk

mewujudkan pembangunan nasional dengan mengedepankan pada aspek pembangunan spiritual masyarakat di wilayah Daarut Tauhid dan kota lainnya.

Manfaat lain dari penelitian ini adalah dapat meningkatkan kesadaran spiritual dan kepekaan terhadap teknolog digital berdasarkan pengalaman empirik yang akan berimplikasi pada kesadaran teknologi dalam mewujudkan masyarakat yang agamis.

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka merupakan salah satu langkah yang dilakukan untuk meninjau dan menemukan beberapa penelitian yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan. Tujuan dilakukannya tinjauan pustaka adalah sebagai perbandingan untuk menghindari terjadinya plagiat, sekaligus menjadi acuan untuk menentukan bidang-bidang atau fokus kajian yang dianggap masih relevan dan belum diteliti oleh peneliti sebelumnya, sehingga memungkinkan untuk melakukan penelitian yang lebih spesifik tentang model komunikasi dakwah digital secara deskriptif di MQTV Daarut Tauhid dengan teori dan penelitian yang berbeda.

Sejauh penelusuran yang dilakukan di beberapa literatur dan referensi mengenai model komunikasi Dakwah Digital. Namun secara umum penelitian terkait dengan Dakwah Digital telah banyak dilakukan oleh

peneliti-peneliti dalam sudut pandang yang berbeda. Begitu pula dengan model komunikasi dakwah digital di MQTV Daarut Tauhid), Penelitian yang terlibat adalah sebagai berikut:

**Pertama, Tesis** yang ditulis **Hasyim Iskandar**<sup>13</sup> tahun 2018 dari UIN Sunan Ampel Surabaya dengan *Judul “Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri (AIS) Banyuwangi Melalui Literasi Digital Santri”*. Tujuan penelitian Hasyim adalah mendeskripsikan bentuk dan peran dakwah yang dilakukan oleh AIS Banyuwangi. Metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan metode jenis penelitian studi kasus jenis intrinsik, yaitu peneliti ingin lebih memahami dan mendalami kasus tertentu. Hasil penelitian Hasyim yaitu Pertama, upaya yang dilakukan AIS Banyuwangi adalah menggunakan penyadaran fungsi media, pemahaman akan media, konsekuensi media, model yang digunakan dalam literasi digital adalah bentuk pelatihan dan penyadaran kultural. kedua, AIS menyampaikan dakwahnya kepada santri dan mahasiswa, yang juga berkolaborasi dengan komunitas lain seperti SDC (*Santri Design Community*). Dan ketiga, peran yang dijalankan komunitas AIS Banyuwangi adalah sebagai inisiator, fasilitator dan pemateri.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti komunitas online menggunakan metode kualitatif deskriptif, perbedaannya

---

<sup>13</sup> Tesis : Hasyim Iskandar “*Dakwah Komunitas Arus Informasi (AIS) Banyuwangi Melalui Literasi Digital Santri*”, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018

terdapat pada subjek dan objek penelitian. Subjek dan objek penelitian Hasyim adalah Anggota dan kegiatan yang dilakukan AIS Banyuwangi, sedangkan dalam penelitian ini, yang menjadi subjek dan objek penelitian yaitu Anggota dan kegiatan dakwah AIS Banten.

**Kedua, Mochammad Sinung Restendy<sup>14</sup>** dengan Tesis yang berjudul *“Dakwah Virtual Lembaga Spirit Dakwah Indonesia Tulungagung”* tesis ini berfokus dengan tiga masalah utama yaitu, pertama alasan apa yang melatar belakangi lembaga spirit dakwah Indonesia Tulungagung menjadikan Internet sebagai wilayah dakwahnya, kedua bagaimana bentuk dakwah (konsep) yang dijalankan dan ketiga, bagaimana proses dakwah yang berjalan dalam lembaga Spirit Dakwah Indonesia Tulungagung. Penelitian yang dilakukan Sinung adalah kualitatif deskriptif.

Adapun Hasil penelitiannya yaitu pertama, penggunaan konsep dakwah menjadi penting, meme dan vlog menjadi pilihan bentuk dakwah yang cocok bagi generasi muda, dan pemberian wawasan untuk menciptakan vlog dan meme yang menarik sehingga menambah ketertarikan penyebaran informasi / pesan dakwah. Persamaan dari penelitian ini yaitu pada komunitas virtual dakwah online sebagai pelaku dakwah dan dalam proses dakwah memakai media online serta mengadakan pelatihan-pelatihan literasi digital. Perbedaan terletak pada subjek dan objek penelitian. Subjek penelitian Sinung adalah para pengurus Lembaga Spirit Dakwah Indonesia, yang terdiri dari pengurus yang merangkap sebagai

---

<sup>14</sup> Mochammad Sinung Restendy dengan Tesis yang berjudul *“Dakwah Virtual Lembaga Spirit Dakwah Indonesia Tulungagung”*

pengasuh Lembaga Spirit Dakwah Indonesia dan objek penelitiannya adalah bentuk dakwah yang disajikan dalam media online / internet terutama pada meme dan vlog di media virtual.

Dengan adanya penelitian terdahulu yang relevan tersebut, peneliti dapat melakukan penelitian di lapangan tapi dengan kasus berbeda terkait kegiatan dakwah yang dilakukan dengan diperantarai internet, meneliti tentang komunitas yang melaksanakan aktivitas dakwah, dan pendekatan literasi digital. Peneliti mengadakan penelitian mengenai Aktivitas Dakwah digital (studi Dakwah MQTV Daarut Tauhid).

**Ketiga**, penelitian yang dilakukan oleh **Lalila Fitriani**,<sup>15</sup> tahun 2008 dengan Judul “*Dakwah MQTV (Manajemen Qolbu Televisi) pada Santri Pondok Pesantren Daarut Tauhid Bandung.*” Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penyiaran dakwah terutama bagi santri pondok pesantren Daarut Tauhid yang diproduksi oleh MQTV (Manajemen Qolbu Televisi).

Konsep penelitian ini adalah tentang penyampaian informasi yang menggunakan media televisi yakni MQTV (Manajemen Qolbu Televisi), yang disiarkan sesuai dengan radius yang mereka miliki. Namun hanya difokuskan pada santri Pondok Pesantren Daarut Tauhid. Lebih tepatnya

---

<sup>15</sup> Lalila Fitriani, tahun 2008 dengan Judul “*Dakwah MQTV (Manajemen Qolbu Televisi) pada Santri Pondok Pesantren Daarut Tauhid Bandung.*”



adalah santri mukim akhlak plus wirausaha (APW).

Hasil penelitian dakwah MQTV (Manajemen Qolbu Televisi) pada Satri Pondok Pesantren Daarut Tauhid, **Pertama**, MQTV (Manajemen Qolbu Televisi) sebagai salah satu media untuk berdakwah dan salah satu divisi perusahaan yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Daarut Tauhid yang oprasinya disesuaikan dengan visi dan misi yang diemban oleh MQTV (Manajemen Qolbu Televisi). **Kedua**, program- program acara yang disiarkan MQTV (Manajemen Qolbu Televisi) sesuai dengan konsep visi dan misi yang ditanamkan Pondok Pesantren Daarut Tauhid yaitu manajemen qolbiu (Penataan hati dan akhlak). Ketiga, konsep televisi yang akan dikembangkan MQTV (Manajemen Qolbu Televisi) adalah konsep *dakwah tainment*. Jadi, yang akan ditekan dalam pengembangan program MQTV (Manajemen Qolbu Televisi) adalah bagaimana mengemas sebuah dakwah dengan indah, menarik, sederhana, menyenangkan dan universal dengan implementasi Menejemen Qolbu (penataan hati dan akhlak) yang dapat dikonsumsi oleh pendenggan MQTV (Manajemen Qolbu Televisi) terhdp ajaran Islam yg terkandung pada acara tersebut. Keempat, santri mukim akhlak plus wirusaha (APW) tidkhnya meoto ara MQTV (Manajemen Qolbu Televisi) mellui peswt televisi namun dpt terlibat langsung di studio pada acaraa live yang disi lagsung oleh KH. Abdullah Gymnastiar yang melibatkan santri Daaarut Tauhid, santri yng memiliki *skill* dalam bidang *broadcasting*.

**Keempat**, Penelitian Jurnal yang dilakukan oleh **Athik Hidayatul**

*Ummah*,<sup>16</sup> Volume 18, No.1, Juni 2020. Universitas Islam Negeri Mataram Dengan judul **“DAKWAH DIGITAL DAN GENERASI MILENIAL (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara).”** Kemajuan teknologi digital dan penggunaan media sosial yang semakin banyak menimbulkan berbagai implikasi, termasuk dalam kehidupan beragama. Referensi ilmu keagamaan menempatkan internet sebagai rujukan. Sementara pengguna internet di Indonesia didominasi oleh kaum milenial yang memiliki pemikiran terbuka dan rasional. Serta menjadikan internet sebagai alternatif sumber ilmu, termasuk ilmu agama.

Dakwah digital merupakan model pengajaran Islam melalui Persamaan antara penelitian dan penelitian yang akan dilakukan adalah masih membahas dakwah digital, namun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang adalah metode dan fokus penelitian.

**Kelima**, Penelitian Skripsi yang dilakukan oleh **Nur Ajizah**, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2015 dengan Judul : **“ Model Komunikasi Dakwah Peggy Melati Sukma dalam Program Talkshow “Hijab Strories” di TV ONE”**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model komunikasi dakwah Peggy Melati Sukma dalam program talkshow “Hijab Stories” di TVOne. Jenis penelitian ini adalah bersifat deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati model komunikasi dakwah dari kata-kata

---

<sup>16</sup> Jurnal Ilmiah : *Dakwah Digital dan Generasi Milenial*, Volume 18, No.1, Juni 2020

Peggy Sukma dalam program talkshow “Hijab Stories” di TVOne yang kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini adalah model komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Peggy Melati sukma dalam program talkshow “Hijab Stories” di TVOne, yaitu, *Qaulan Layyinan* (Perkataan yang Lemah Lembut), *Qaulan baligha* (Perkataan yang Tegas/ Lugas), *Qaulan Syadida* (Perkataan yang Jujur), *Qaulan Karima* (Perkataan kepada orang yang lebih tua), *Qaulan maisura* (Perkataan yang ringan dan mudah dipahami), *qaulan ma'rufa* (perkataan yang baik), dan *Qaulan tsaqila* (perkataan yang mantap).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah Model Komunikasi dakwah digital yang sama-sama menjadi subjek penelitian. Termasuk persamaan hampir pada setiap penelitian adalah menyangkut model komunikasi dakwah, serta metode yang digunakannya adalah deskriptif kualitatif. Adapun perbedaan penelitian (*research gap*) yang dilakukan penulis dengan skripsi, Tesis, Jurnal di atas atau peneliti sebelumnya adalah:

- a. Lokasi tempat penelitian berbeda dengan peneliti sebelumnya. Penulis melakukan penelitian di MQTV Daarut Tauhid Gegerkalong Kota Bandung, penulis sudah memastikan sendiri bahwa belum ada penelitian sebelumnya di MQTV Daarut Tauhid Gegerkalong Kota Bandung mengenai Model komunikasi dakwah digital di MQTV;

- b. Masalah pokok yang diteliti oleh penulis berbeda dengan peneliti sebelumnya. Masalah pokok penelitian yang penulis lakukan adalah model komunikasi dakwah digital di MQTV Daarut Tauhid Gegerkalong Bandung.
- c. Teori yang digunakan untuk riset ini berbeda dengan kajian teori penelitian terdahulu, yakni teori model komunikasi dakwah. Teori ini berasumsi bahwa model komunikasi dakwah yang baik turut menentukan keberhasilan program-program yang telah dicanangkan terutama di media televisi.
- d. Subjek dalam penelitian ini adalah Direktur MQTV, petugas – Petugas dakwah digital MQTV Daarut Tauhid Bandung.

## **E. Landasan Pemikiran**

### **1. Landasan Teoritis**

#### **a. Teori Dakwah**

Secara etimologis kata dakwah berasal dari bahasa Arab dalam bentuk masdar, yaitu *da'a - yad'u - da'watan*, yang artinya menyeru, mengajak, memanggil. Kata tersebut telah menjadi istilah baku dalam Bahasa Indonesia, dalam kamus besar bahasa Indonesia, dakwah memiliki arti; penyiaran, propaganda, penyiaran agama dikalangan masyarakat dan pengembangannya, seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan agama.<sup>17</sup>

Istilah lain yang identik dengan kata dakwah adalah *tabligh*.

---

<sup>17</sup> Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), hlm. 181

Kata tabligh adalah berasal dari bahasa arab: ballagha, yuballighu yang artinya menyampaikan. Kata itu kemudian menjadi kata tabligh yang artinya menyampaikan suatu pesan.<sup>18</sup> Abdul Aziz dalam Enjang dan Aliyuddin, memberikan sedikitnya 5 arti dari kata dakwah yaitu; memanggil, menyeru, menegaskan atau membela sesuatu, perbuatan atau perkataan untuk menarik manusia kepada sesuatu, dan memohon atau meminta.<sup>19</sup>

Dakwah pada dasarnya adalah semua aktivitas dan aktivitas yang mendorong manusia untuk terlibat dalam perubahan materi. Itu tidak mengandung nilai-nilai Islam, tetapi hal-hal yang mengandung nilai-nilai Islam. Aktivitas dan aktivitas ini terkait dengan mengundang, mendorong dan mengajukan banding tanpa tekanan, paksaan dan provokasi, dan tanpa bujukan atau bujukan apa pun.<sup>20</sup>

Kegiatan Dakwah harus dikemas dengan tepat besar harus menunjukkan kebenaran, fakta dan konteks. Ini memiliki makna praktis dalam memecahkan masalah yang terjadi di masyarakat. Fakta dalam arti praktis dalam arti praktis dan arti terkait konteks, serta memperhatikan masalah yang dihadapi masyarakat.

Adapun mengenai teori dakwah, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam kegiatan Dakwah, salah satunya adalah bagian

---

<sup>18</sup> M. Bahri Ghazali, *Dakwah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1997), Cet. ke-1, hlm.5.

<sup>19</sup> Enjang dan Aliyuddin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009), hlm. 3

<sup>20</sup> Yunan Yusuf, *Metode Dakwah: Sebuah Pengantar Kajian*, Pengantar dalam Buku "Metode Dakwah" Karya M. Munir (Jakarta: Kencana, 2009) Cet. Ke-3 hlm. xi

Dakwah, yang meliputi:<sup>21</sup>

- a. Da`i, sebagai komunikator yang menyampaikan pesan dakwah
- b. Mad`u, adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah baik secara individu, kelompok, baik yang beragama Islam maupun tidak
- c. Materi/Pesan dakwah, adalah isi pesan yang disampaikan da`i kepada Mad`u yang berisi ajaran Islam.
- d. Media Dakwah, yaitu adalah alat-alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran Islam.
- e. Metode Dakwah, adalah cara yang digunakan da`i dalam menyampaikan pesan dakwah agar pesan sampai pada tujuan dakwah
- f. Efek dakwah, atau biasa disebut feedback adalah umpan balik dari reaksi proses dakwah.

Komponen dakwah tersebut di atas tidak hanya harus diwujudkan, tetapi juga harus disesuaikan dengan situasi dan tujuan dakwah itu sendiri. Misalnya dalam pesatnya penggunaan teknologi, media digunakan untuk menyampaikan dakwah. Mengingat saat ini kita sedang memasuki era digital. Teknologi komunikasi berkembang pesat tidak hanya dari segi perangkat keras tetapi juga di daerah yang batas geografis dan budaya tidak dapat diidentifikasi andalkan teknologi. Misalnya dalam hal komunikasi, seperti

---

<sup>21</sup> Wahyu Illahi, "Komunikasi Dakwah", (PT.Remaja Rosdakarya,2013), hlm.19-21

Facebook, Instagram, Youtube, Whatsapp, dll. Oleh karena itu dakwah tidak hanya dilakukan secara rutin, tetapi juga perlu memasukkan teknologi modern seperti internet.

Karena itu, saat menggunakan media kader dakwah yang berkecimpung di bidang teknologi juga secara otomatis perlu menguasai teknologi informasi agar informasi Dakwah dapat tersampaikan sesuai maksud dan tujuannya.

#### **b. Teori Model Komunikasi Dakwah**

Dalam “Kamus Besar Bahasa Indonesia”, model merepresentasikan corak (variasi, acuan, dan sebagainya) dari barang yang akan dibuat atau diproduksi.<sup>22</sup> Sedangkan menurut Hafied Cangara, model adalah gambaran abstrak dari suatu sistem, menggambarkan beberapa potensi Terkait dengan semua aspek proses.<sup>23</sup> Oleh karena itu, model adalah pola atau gambar yang dideskripsikan sebagai contoh untuk merepresentasikan satu atau lebih objek yang ingin dibuat atau dihasilkan.

Komunikasi berasal dari kata bahasa latin *communication*. Istilah komunikasi ini bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, artinya sama makna dan sama arti. Jadi komunikasi terjadi

---

<sup>22</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), Cet. 4, hlm. 751.

<sup>23</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), Cet. 3, hlm. 39.

apabila terdapat kesamaan makna memahami suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan.<sup>24</sup>

Menurut Arni Muhammad, model komunikasi merupakan gambaran sederhana dari proses komunikasi yang menunjukkan hubungan antar manusia. Komponen yang berkomunikasi dengan komponen lain. Penyajian model pada bagian ini bertujuan untuk memudahkan Anda dalam memahami proses komunikasi dan melihat komponen dasar yang perlu ada dalam komunikasi tersebut.<sup>25</sup>

Berdasarkan definisi tersebut maka model komunikasi dalam penelitian ini adalah kegiatan yang menggambarkan proses komunikasi atau cara yang digunakan da'i untuk mengirim pesan ke mad'u agar pesan yang disampaikan dapat diterima mad'u.

Adapun teori komunikasi yang mendukung konsep model komunikasi ialah gagasan yang dikemukakan oleh Horald D. Lasswell: Who says what in which channel to whom with what effect? Komponen komunikasi yang berkolerasi secara fungsional pada paradigma Lasswell itu merupakan jawaban pertanyaan yang diajukan, yakni:

---

<sup>24</sup> Onong Uhcjana Effendy, *Ilmu Teori, dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT Citra Aditya Bakri, 2003 Cet-3), hlm.30

<sup>25</sup> Onong Uhcjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Peraktek* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003 Cet-3), hlm.9



- a. *Who* (Siapa) : Komunikator
- b. *Says What* (Apa) : Pesan
- c. *In Which Channel* (Saluran) : Media
- d. *To Whom* (Kepada siapa) : Komunikan
- e. *With What Effect* (Efek apa) : Efek

Menurut Laswell, komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran tertentu untuk menghasilkan efek atau feedback. Hubungannya dengan model ialah agar memastikan bahwa 'proses' tersebut terpola dengan baik dan benar. Sehingga tujuan akhir dari sebuah model komunikasi adalah adanya *effect* atau pengaruh terhadap komunikan.

Komunikasi Dakwah adalah sebuah retorika (persuasif) yang dilakukan oleh koresponden Da'i, menyebarkan informasi dengan nilai religius dalam bentuk lisan maupun Non-verbal untuk jama'ah memperoleh kebaikan di dunia dan diakhirat.<sup>26</sup>

Menurut Toto Tasmara mengatakan Komunikasi dakwah adalah metode komunikasi yang khas dimana seorang personel komunikasi menyampaikan pesan dari atau mengikuti ajaran Al-Qura'n dan Sunnah, dan tujuannya adalah untuk memungkinkan orang lain melakukan perbuatan baik.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah; paradigm Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), hlm.34.

<sup>27</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Meda Pratama, 1997), Cet-2, hlm.49

Komunikasi Dakwah merupakan proses penyebaran informasi tentang ajaran Islam kepada masyarakat agar dapat memahami dan bertindak dalam ajaran Islam. Dalam proses komunikasi, berita dakwah harus dikemas dengan cara yang menarik. Model tampilan komunikasi dakwah dalam sistem Dakwah karena modelnya Berikan latar belakang atau memahami ruang perilaku detail.<sup>28</sup> Ada tiga (tiga) faktor yang membentuk model komunikasi dakwah seseorang, yaitu: *pertama*, proses sejarah atau pengalaman masa lalu yang kemudian mengembangkan kebiasaan menjadi bagian dari kepribadian; *kedua*, kemampuan yang timbul dari faktor pendidikan, pelatihan dan pengalaman hidup dalam kehidupan pribadi; *ketiga*, maksud dan tujuan kegiatan komunikasi mengarahkan ke penyesuaian pada pesan, metode dan media yang digunakan.

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau berita dari satu orang atau sekelompok orang kepada orang lain atau sekelompok orang yang bersumber dari Alquran dan Sunnah, dengan tujuan untuk mengubah sikap. Secara langsung atau tidak langsung atau tidak langsung melalui media untuk lebih mengungkapkan pendapat atau perbuatan orang lain berdasarkan ajaran Islam.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Bambang S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah; paradigm Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), hlm.78

<sup>29</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), Cet.2, hlm. 26.

Sementara itu, menurut Asep Syamsul M. Romli dalam bukunya “Penyebaran Metode Dakwah Praktis”, dapat diartikan sebagai penyampaian dan informasi Islami untuk mempengaruhi komunikator (obyek dakwah, mad’u) Proses pengamalan menyebarkan dan membela kebenaran Islam.<sup>30</sup>

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis dapat menyimpulkan bahwa model komunikasi dakwah merupakan gambaran atau model penyampaian informasi dakwah dalam bentuk ajaran Islam. Tujuannya untuk mengajak sekelompok orang atau individu untuk beramal dan beramal saleh menurut ajaran Islam.

### c. MQTV (Manajemen Qolbu Televisi)

Televisi memiliki dua kata yang berbeda, *televisi* (Yunani) dan penglihatan (*Latin videre*) yang artinya jauh. Oleh karena itu, TV berbahasa Inggris diartikan sebagai di luar jangkauan. Melihat jauh ke sini berarti gambar dan suara yang dihasilkan di suatu tempat (studio TV) dapat dilihat dari tempat lain melalui perangkat perangkat (TV).

Televisi yang dimaksud disini adalah MQTV (Manajemen Qolbu Televisi), yang mana MQTV ini sebagai televisi komunitas yang dimiliki oleh pondok pesantren Daarut Tauhid. Televisi yang nantinya

Kiprah MQTV berawal dari adanya ide untuk mendirikan

---

<sup>30</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Komunikasi Dakwah Pendekatan Praktis*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), hlm.12.

media penyiaran berisi dakwah yang menghibur (*dakwah taiment*) dengan cakupan luas dan pengemasan program secara menarik, sederhana, dan universal. Fokus utamanya adalah memberikan tontonan berkualitas kepada masyarakat melalui penkajian acara yang sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas pemirsa.

Atas dasar pertimbangan itulah maka bulan juni 2002 didirikan Managem Qolbu Televisi (MQTV) sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penyiaran televise terestial dengan badan usaha berbentuk perseroan terbatas. Untuk mewujudkan hal tersebut, MQTV mengawali bisnisnya sebagai rumah produksi yang di posisikan secara unik, yaitu menjadi spesialis penyedia program televisi bertema dakwah yang di kemas dalam berbagai bentuk baik dalam format film animasi, drama maupun non drama.

Formula isi yang membentuk karakter program MQTV tidak terlepas dari konsep Manajemen Qolbu yang di kembangkan oleh KH Abdullah Gymnastiar. Manajement Qolbu sendiri merupakan format dakwah berisi nilai-nilai islam yang disajikan secara aktual, inovatif, kreatif, dan uni versal. Format dakwah ini berfokus pada pembinaan atau penaatan hati (qolbu). Dengan format edutainment (education entertainment), maka program-program MQTV diharapkan dapat menjadi wahana pendidikan tanpa kesan menggurui, menghibur tetapi bertanggung jawab pada akhlak pemirsa. Aktual sesuai dengan kondisi, terbuka untuk

pengembangan yang melibatkan pihak atau pemirsa, serta menjadi media informasi dan komunikasi umat.

Selain itu program-program MQTV merupakan media penyejuk hati, informasi dan edutainment dikemas sedemikian rupa sehingga diharapkan menjadi televise keluarga dan televisi umat (*public*) yang keberadaannya diharapkan menjadi sangat bearti.

