

PAPER NAME

Dakwah Sebagai model Komunikasi.pdf

WORD COUNT

4936 Words

CHARACTER COUNT

32703 Characters

PAGE COUNT

13 Pages

FILE SIZE

1.3MB

SUBMISSION DATE

Sep 5, 2023 10:58 AM GMT+7

REPORT DATE

Sep 5, 2023 10:59 AM GMT+7

● 21% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 21% Internet database
- 7% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 12% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 10 words)
- Manually excluded sources

Dakwah Sebagai Model Komunikasi Gontor TV Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Pendidikan Pesantren

Ilham Baheramsyah¹, Mohammad Luthfi²

Universitas Darussalam Gontor^{1,2}

Jalan Raya Siman KM.5, Siman, Ponorogo, 63471, Jawa Timur, Indonesia

ilhamdotaplayer@gmail.com¹, mohammadluthfi@unida.gontor.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Gontor TV dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan pesantren. Penelitian dilaksanakan menggunakan studi deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian dilakukan di Gontor TV dengan informan pendiri, CEO dan Kepala Bagian Produksi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi dan wawancara. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Verifikasi data menggunakan triangulasi metode dan sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Gontor TV dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan pesantren melalui konten-konten dakwah yang tersedia di situs Youtube. Para penyiar Gontor TV adalah para asatidz dan santri yang memiliki keterampilan komunikasi. Media yang digunakan dalam menyampaikan konten dakwah adalah Youtube. Seluruh konten Gontor TV bermuatan dakwah yang dikemas dalam nilai-nilai pendidikan pesantren. Audiens Gontor TV adalah masyarakat Islam, khususnya penggelut bidang dakwah dan pendidikan. Penelitian ini memberikan kontribusi positif dalam kajian ilmu komunikasi khususnya Gontor TV dalam menanamkan nilai-nilai pendidikan pesantren.

Kata-kata kunci: Dakwah, Strategi Komunikasi, Gontor TV, Nilai-nilai Pendidikan Pesantren

Diterima : 22-04-2021 Disetujui : 11-03-2022 Dipublikasikan : 24-04-2022

Da'wah As Communication Model of Gontor TV In Instilling Islamic Boarding School Values

Abstract

This research aims to determine the communication strategy of Gontor TV in instilling the values of Islamic boarding school education. The research was conducted using a qualitative descriptive study. The research location was conducted in Gontor TV with the founder, the CEO and the Head of the Production Department as the informants. Data collection techniques are undertaken by observation, documentation, and interviews. Data analysis used Miles and Huberman's model, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Data verification used method and source triangulation. The results showed that the communication strategy of Gontor TV in instilling the values of Islamic boarding school education through da'wah content available on the Youtube site. The broadcasters of Gontor TV are asatidz and santri who have communication skills. The media used in delivering da'wah content is Youtube. All Gontor TV content contains da'wah which is packaged in the values of Islamic boarding school education. Gontor TV's audience is an Islamic community, especially those who work in the fields of da'wah and education. This research makes a positive contribution to the study of communication science, especially Gontor TV in instilling the values of Islamic boarding school education.

Keywords: Da'wah, Communication Strategy, Gontor TV, Islamic Boarding School Education Values

PENDAHULUAN

Islam adalah agama fitrah bagi seluruh umat manusia yang menuntun kepada kebenaran dan keselamatan. Kebenaran dari agama Islam selain menuntun juga menuntut penganutnya agar menyeru kepada seluruh umat manusia agar kembali ke hakikat jalan yang lurus, yakni Islam itu sendiri. Menyeru dan mengajak biasa disebut sebagai “berdakwah”.² Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da’aa*, *yad’u*, *da’wan*, yang diartikan sebagai mengajak/menyeru, memanggil, seruan, permohonan dan permintaan. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tabligh*,²⁸ *al-amru bi-l-ma’ruf* dan *an-nahyu ‘ani-l-munkar*,² *mau’idzoh hasanah*, *tabsyir*, *indzaar*, *washiyah*, *tarbiyah*, *at-ta’lim* dan *khutbah*. (Ilaihi, Munir. 2006: 17)

Pondok Modern Darussalam Gontor merupakan lembaga pendidikan yang mengutamakan pendidikan dari pada pengajaran. Nilai-nilai pendidikan disampaikan dengan berbagai cara seperti proses belajar mengajar, ceramah, kajian, perkumpulan, dan sebagainya. Nilai-nilai pendidikan tersebut ada dalam: 1) Panca Jiwa, yaitu Keikhlasan, Kesederhanaan, Berdikari, Ukhuwah Islamiyyah, dan Kebebasan, 2) Motto, yaitu Berbudi Tinggi, Berbadan Sehat, Berpengetahuan Luas, dan Berpikiran Bebas, 3) Filsafat Hidup Pesantren, yang terdapat pada Falsafah Kelembagaan, Falsafah Kependidikan, Falsafah Pembelajaran, 4) Orientasi, yaitu Kemasyarakatan, Hidup Sederhana, Tidak Berpartai, dan Ibadah *Lillaahi Ta’aala*, 5) Sintesa,³⁰ yaitu Al-Azhar Mesir, Syanggit Mauritania, Aligarh India, dan

Shantiniketan India, 6) Disiplin Pondok Modern Darussalam Gontor.²⁹ Nilai-nilai tersebut bersumber dari Al-Qur’an dan Sunnah yang mana merupakan hasil *ijtihad* interpretasi para pendiri pondok, kemudian dimanifestasikan ke dalam aktivitas sehari-hari dan juga tidak luput dari perannya sebagai pesan dakwah dan *syi’ar* untuk berbagai kalangan.

Dalam melaksanakan perannya sebagai lembaga pendidikan, Pondok Modern Darussalam Gontor juga turut berkontribusi dalam menyiarkan dakwah yang disertai dengan penanaman nilai-nilai pendidikan pesantren. Dakwah adalah kewajiban bagi pemeluk agama Islam dengan esensi mengajak umat beragama kepada jalan kebenaran sejati.² Dakwah adalah kegiatan mengajak manusia secara bijaksana menuju jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, yaitu keselamatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat. (Omar. 1979.¹⁶) Dakwah adalah kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah sesuai dengan garis aqidah, syari’at dan akhlaq Islam. Istilah dakwah yang sudah³² populer dikalangan agama dipersempit artinya hingga identik dengan mengajar dan khutbah. (Sasono. 1998: 150) Secara umum, dakwah bertujuan mencapai sesuatu dalam keseluruhan aktivitas dakwah. Secara khusus, dakwah bertujuan untuk mengetahui arah pelaksanaan komunikasi dakwah terkait²² jenis kegiatan yang akan dikerjakan, kepada siapa dakwah tersebut, dengan metode apa, dan lain sebagainya secara rinci agar tidak terjadi *overlapping* antara pendakwah satu dengan yang lain yang disebabkan oleh umumnya tujuan yang hendak dicapai.

(Asmuni. (1983: 51-54) Hubungan dakwah dengan komunikasi sangatlah kental, mengingat dakwah itu sendiri merupakan komunikasi yang berlandaskan prinsip-prinsip dan nilai-nilai keislaman. Salah satu contoh dalam kehidupan sehari-hari, saat seorang bayi dilahirkan maka bayi tersebut akan diazankan oleh ayahnya dan pada saat itu juga dia berkomunikasi dengan lingkungannya. Gerakan dan tangisan yang dia lakukan saat momen dilahirkan adalah tanda komunikasi. (Widjaja. 2000: 12)

Sebuah pesan, khususnya pesan dakwah perlu dikomunikasikan dengan baik agar mampu dipahami dengan baik oleh khalayak. Agar dapat dipahami dengan baik, maka perlu dilakukan strategi komunikasi yang baik pula, yaitu persuasi. Menurut Carl I Hovland (Sunarjo, Djoenaesih. 1983: 30) persuasi yakni efek umum dari komunikasi persuasi yang terletak pada dorongan agar tiap-tiap individu terdorong untuk berpikir dalam dua segi, yaitu pendapat sendiri dan pendapat baru yang disampaikan oleh pihak lain. Komunikasi pada hakikatnya adalah kegiatan persuasi itu sendiri, sebagaimana yang dipaparkan oleh Erwin P. Betting House (Widjaja. 1993: 66) bahwa keadaan komunikasi sudah semestinya mencakup usaha dengan penuh kesadaran untuk mengubah tingkah laku individu atau kelompok melalui penyampaian beberapa pesan. Pokok dari persuasi itu sendiri adalah untuk mempengaruhi pikiran, perasaan dan tingkah laku individu atau kelompok, yang kemudian melakukan tindakan yang diharapkan (Widjaja. 1993: 68). Kegiatan persuasi merupakan hasil dari strategi komunikasi. Strategi komunikasi adalah keseluruhan

perencanaan, taktik, cara yang akan digunakan guna melancarkan komunikasi dengan memperhatikan keseluruhan aspek yang ada pada proses komunikasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. (Permana. 2013: 124). Dalam definisi lain, strategi komunikasi dapat dijelaskan sebagai strategi yang memberikan kerangka kerja yang berisi kombinasi aktivitas komunikasi yang dapat menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, pendapat, sikap, kepercayaan atau tingkah laku dari target yang penting untuk memecahkan masalah dalam suatu jangka waktu tertentu dan menggunakan sumber daya tertentu pula. (Azizah. 2010: 81).

Guna menunjang peran dan strategi berdakwahnya, maka Pondok Modern Darussalam Gontor kemudian membentuk Gontor TV yang merupakan salah satu media dakwah di Pondok Modern Darussalam Gontor. Lembaga ini dikelola oleh asatidz Gontor dan menyediakan berbagai macam konten yang Islami dan edukatif dengan tujuan berdakwah. Konten yang tersedia dapat dinikmati di situs Youtube dengan berbagai cabang *channel*, antara lain: gontortv science, gontortv millennial, gontortv highlight, gontortv vlog, gontortv kajian, gontortv daily life, gontortv tutorial, gontortv kids, gontortv documentary. Slogan dari Gontor TV adalah "Living meaningful life" (Hidup dengan hidup yang penuh makna). Sedangkan motto Gontor TV yakni "Pray. Think. Act" (Berdoa. Berpikir. Berbuat).

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dakwah sebagai strategi komunikasi Gontor TV dengan menggunakan analisis model komunikasi SMCR yang diperkenalkan oleh David Kenneth Berlo. (Mulyana. 2007:

162) Model ini di kenal dengan model SMCR, kepanjangan dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima). Sebagaimana dikemukakan Berlo, sumber adalah pihak yang yang menciptakan pesan, baik seseorang ataupun suatu kelompok. Pesan adalah terjemahan gagasan kedalam suatu kode simbolik, seperti bahasa atau isyarat, saluran adalah medium yang membawa pesan dan penerima adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi. (Fiske. 2012: 137).

KAJIAN PUSTAKA

Penelitian pertama dilakukan oleh Hadyan Janitra, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Darussalam Gontor Ponorogo yang berjudul “Model Komunikasi Radio Suara Gontor FM Dalam Menyiarkan Program Dakwah Islam”. Lokasi penelitian dilakukan di stasiun radio Suara Gontor FM dengan menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi, serta metode analisis reduksi data, *display* serta verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Suara Gontor FM dengan model komunikasi Harold Laswell menyiarkan siaran-siaran dakwah Islam kepada audiens dengan segmentasi masyarakat Islam. Penyiar Suara Gontor FM adalah para guru KMI yang berkualifikasi dalam bidang penyiaran. Kendala-kendala penyiaran dimulai dari internal hingga eksternal yang diteliti oleh saudara Hadyan Janitra disebabkan oleh beberapa kendala antara lain teknis yakni seperti mati lampu, kurangnya persiapan dari penyiar dan materi siaran. Dari penelitian tersebut

Hadyan Janitra menyimpulkan bahwa Suara Gontor FM agar lebih meningkatkan kualifikasi penyiar sehingga didapatkan persona yang mumpuni khususnya di bidang siaran radio. Hal lain terkait masukan untuk Suara Gontor FM adalah disiplin staf yang perlu ditingkatkan serta pengkajian mendalam oleh para staf tentang peta sosiodemografik, psikografik dan perilaku masyarakat yang menjadi target sasaran program agar kedepannya program-program yang ada mampu mencapai hasil yang diharapkan. Perbedaan penelitian ini terdapat pada fokus penelitian beserta model yang digunakan. Penelitian Hadyan Janitra berfokus kepada Model Komunikasi Suara Gontor FM dengan menggunakan teori Harold Laswell, sedangkan peneliti berfokus kepada Analisis Model Komunikasi Gontor TV dengan menggunakan teori SMCR David Kenneth Berlo.

Penelitian kedua dari Mochammad Hanafi, mahasiswa jurusan Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya yang berjudul “Model Komunikasi Dakwah Dalam Video Klip *Salam ‘Alaikum Harris Jung*”¹ dengan lokasi penelitian yakni situs Youtube, dengan metode pengumpulan data observasi dan dokumentasi, serta metode analisis reduksi, kategorisasi, sintesisasi, dan hipotesis. Penelitian oleh Mochammad Hanafi berfokus pada model komunikasi dakwah video klip *Salam ‘Alaikum Harris Jung* yang menampilkan indahnya menjaga tali persaudaraan dan etika dalam berhubungan baik kepada

¹ Mochammad Hanafi, ¹⁸ Model Komunikasi Dakwah Dalam Video Klip *Salam ‘alaikum-Haris Jung* (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).

26. Besama muslim maupun non muslim. Dalam video klip tersebut juga menjelaskan bahwasannya Islam tidaklah seperti yang diberitakan di media massa yaitu dengan stigmatisasi teroris. Mochammad Hanafi juga menjelaskan bahwa musik yang kaitannya dengan video klip tersebut merupakan sarana dakwah kontemporer agar materi ajaran Islam bisa lebih diterima khususnya dikalangan remaja yang bertipikal bosan mendengarkan ceramah keagamaan. Hambatan dalam berdakwah melalui media kontemporer berbasis internet adalah tidak semua target audiens mampu untuk mengakses, dikarenakan berbagai faktor seperti biaya, daerah, fasilitas, dan lain sebagainya. Perbedaan penelitian Mochammad Hanafi dengan peneliti terdapat pada teori dan fokus penelitian.

Penelitian ketiga yaitu dari Duratul Hijaziah, 2 mahasiswi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Antasari yang berjudul “Model Komunikasi Dakwah Islamiyah di Desa Sungai Tuan Kecamatan Astambul Kabupaten Banjar” dengan lokasi penelitian di Desa Sungai Tuan Kecamatan Astambul Kabupaten Banjar. Metode yang digunakan adalah *field research*. Data 3 dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara dan dokumenter. Pengeolahan data menggunakan koleksi data, editing data, klasifikasi dan interpretasi data lalu dianalisis secara deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini Duratul menjelaskan model komunikasi da’i Tuan Guru K.H. Masdar 3 dan Tuan Guru H. Ali Farhani dalam menyampaikan dakwah Islamiyah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model komunikasi yang diterapkan adalah

model komunikasi Laswell dan Stimulus-Response (SR). Penerapan model tersebut disinkronkan dengan etika komunikasi dalam Al-Qur’an yaitu *Qaulan Baliigha* (perkataan yang membekas dalam jiwa), *Qaulan Maisuura* (perkataan yang ringan), *Qaulan Ma’ruufa* (perkataan yang baik), dan *Qaulan Kariima* (perkataan yang mulia). Perbedaan penelitian ini terdapat pada teori dan fokus penelitian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode 27 deskriptif kualitatif dengan metode analitis. Bogdan dan Taylor (Moleong, 2010: 4) menjelaskan bahwa data deskriptif adalah 14 tulisan kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Peneliti memilih metode deskriptif dikarenakan penelitian yang hendak dilaksanakan berkaitan dengan peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung dan berkenaan dengan kondisi masa sekarang. 15 Metode ini cocok diterapkan dalam penelitian ini mengingat penelitian ini mencari gambaran suatu kelompok manusia untuk mencapai tujuan kelompok tersebut, sehingga fenomena kelompok tersebut dapat terungkap secara jelas dan akurat. Penelitian dilakukan selama 7 bulan terhitung dari bulan Juni 2020 hingga Februari 2021. Lokasi penelitian bertempat di kantor Gontor TV Pondok Modern Darussalam Gontor Ponorogo. Informan penelitian terdiri dari tiga orang, yaitu Al-Ustadz Muchammad Taufiq Affandi, M.Sc selaku *founder*, Al-Ustadz Muhammad Hasan Musthofa selaku CEO Gontor TV dan Al-Ustadz Masau Dito Pendi selaku Kepala Bagian Produksi. Metode

11 pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Verifikasi data menggunakan triangulasi metode dan sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan data oleh peneliti menunjukkan bahwa Gontor TV mengemas program-program dakwah dengan berbagai macam bentuk. Variasi konten yang disajikan disesuaikan dengan alam pendidikan Pondok Modern Darussalam Gontor dan tidak lepas dari tujuan pendidikan itu sendiri yaitu mencetak santri menjadi ulama intelek, intelek ulama, menjadi orang muttaqin, mu'min, muslim, muhsin bahagia di dunia dan akhirat, pendidikan agama dan umum seimbang, menjadikan manusia pembangunan rohani dan jasmani, menjadi manusia serba guna dan serba bisa seperti pendidik, guru, ulama, pegawai, wiraswasta, ABRI, petani dan lain-lain serta berkhidmat pada bangsa dan negara. (Murtadlo. 1996: 734) Isi pesan dakwah yang disiarkan oleh Gontor TV berupa video-video dakwah yang bersifat edukatif, informatif, dan persuasif. Dari aspek edukatif merujuk kepada syi'ar Pondok Modern Darussalam Gontor tentang pendidikan yang holistik dan komprehensif dari segi akhlaq dan intelektual. Seluruh konten yang disiarkan merupakan manifestasi dari nilai-nilai pendidikan pesantren itu sendiri, mulai dari suasana, materi, hingga penampilan dari para aktor dan penyiar. Semua hal yang dirasakan oleh indra para penghuninya merupakan pendidikan, baik

dari kegiatan, ucapan, perilaku, dan lain sebagainya. Implementasi pendidikan di Pondok Modern Darussalam Gontor lebih mengutamakan pendidikan akhlaq dan intelektual, bukan hanya sekedar ucapan tetapi lebih kepada praktek, sehingga seluruh aktivitas kegiatan yang dijalankan di Pondok merupakan penanaman nilai-nilai pendidikan. Sebagaimana falsafah yang ada di Pondok:

إِنَّ تَنْفِيذَ التَّرْبِيَةِ الخُلُقِيَّةِ وَالعَقْلِيَّةِ لَا يَكْفِي بِمَجَرَّدِ الكَلَامِ، بَلْ لَا بُدَّ أَنْ يَكُونَ بِالقُدْوَةِ الصَّالِحَةِ وَإِيجَادِ البيئَةِ. وَكُلُّ مَا يَرَاهُ التَّلَامِيذُ وَ مَا يَسْمَعُونَهُ مِنْ حَرَكَاتٍ وَ أَصْوَاتٍ فِي هَذَا المَعْهَدِ يَكُونُ عَامِلًا مِنْ عَوَامِلِ التَّرْبِيَةِ الخُلُقِيَّةِ وَالعَقْلِيَّةِ

Artinya:

“*Sesungguhnya pelaksanaan pendidikan akhlaq (moral) dan intelektual tidaklah cukup dengan perkataan semata, tetapi haruslah dengan suri tauladan dan penciptaan suasana. Dan segala yang dilihat dan didengar oleh para siswa dari gerakan dan suara di pondok ini menjadi salah satu faktor dari berbagai faktor pendidikan akhlaq dan intelektual*”

Aspek edukatif, begitu juga dengan aspek informatif merujuk kepada misi dari Gontor TV itu sendiri. Sedangkan aspek persuasif merujuk kepada “*Strategic Planning*” dari Gontor TV yaitu *Creative Content*. Berbagai konten yang disiarkan oleh Gontor TV pun diarahkan untuk penanaman nilai-nilai pendidikan sehingga seluruh pesan dakwah yang disiarkan mengandung nilai-nilai pendidikan itu sendiri, baik akhlaq maupun intelektual itu sendiri.

Selain dari pada pendidikan, konten juga mengandung unsur informasi pondok beserta dengan ajakan dakwahnya. Adapun pesan-pesan dakwah yang disiarkan oleh

Gontor TV adalah: (1) Kajian atau ceramah keagamaan. Kajian atau ceramah ini dikemas dalam program “Telaga Hati”. Materi yang disiarkan adalah seputar hal-hal keagamaan dan disampaikan oleh asatidz yang kompeten dalam bidang agama. Program kajian atau ceramah keagamaan “Telaga Hati” mengandung unsur edukatif, informatif dan persuasif namun lebih menitikberatkan kepada aspek pendidikan dikarenakan muatan pesan yang disiarkan adalah ceramah tentang agama dan pelajaran kehidupan. Aspek informatif yang ada adalah tampilan lingkungan Pondok Modern Darussalam Gontor beserta dinamikanya, sehingga mampu memberikan informasi kepada para audiens. Pada aspek persuasif terdapat pada bagaimana penyiar tersebut menyampaikan yang koheren dengan keterampilan komunikasi dari komunikator pada pembahasan yang telah dipaparkan, (2) Video klip lagu. Video klip yang disiarkan adalah lagu Islami karya para santri dan asatidz bergenre *nasyid* dan pop. Lagu yang disajikan sarat akan nilai-nilai Islam dan kepondokmodernan. Beberapa contoh yakni pada video klip nasyid “Nasyid Gontor Terbaru Spesial Syawal – Belajar & Berdoa” dan “Ijhad – Nasyid Gontor – Spesial Ramadhan”. Konten video klip mengandung aspek edukatif, informatif dan persuasif. Dalam aspek edukatif dapat disaksikan bahwa video klip yang ditampilkan penuh dengan adegan-adegan mendidik seperti pertemanan, ajakan agar tidak putus asa, bersabar, tetap berusaha, tekun dalam belajar, dan lain sebagainya. Lirik yang disampaikan pada tiap-tiap lagu pun sangat sarat akan nilai-nilai pendidikan yaitu motivasi kehidupan

dan ajakan kepada nilai-nilai Islam. Dalam aspek informatif menampilkan karakteristik santri pesantren Gontor yaitu potongan rambut, cara berpakaian, tata cara menjalani keseharian, dan lain sebagainya. Aspek persuasif yang ada terdapat pada cara penyiar berperan dalam konten video klip. Hal ini berkaitan dengan faktor-faktor komunikator yang telah dipaparkan pada penjelasan sebelumnya, (3) Seri belajar bahasa Arab. Konten yang disajikan adalah langkah-langkah dalam mempelajari bahasa Arab, dimulai dari kosa kata dasar, hingga penggunaan susunan kalimat dalam percakapan sehari-hari. Beberapa konten tersebut yaitu “*Arabic for Beginners* - العربية للمبتدئين - Lesson 1 - Bahasa Arab untuk Pemula”, “*Arabic for Beginners* - العربية للمبتدئين - Eps 2 - Bahasa Arab untuk Pemula”, “*Arabic for Beginners* - العربية للمبتدئين - Eps 3 - Bahasa Arab untuk Pemula”, dan seterusnya. Aspek yang terkandung dalam program ini meliputi edukatif, informatif dan persuasif. Edukatif karena konten yang disiarkan merupakan cara belajar bahasa Arab bagi pemula, informatif karena di dalamnya menunjukkan informasi bahwa bahasa Arab merupakan bahasa resmi yang digunakan pada keseharian di Pondok Modern Darussalam Gontor, persuasif karena komunikator yang menyiarkan yaitu Al-Ustadz Abdul Hafidz Zaid merupakan ahli bahasa Arab dan sangat lihai dalam cara menyampaikan pesan tersebut. Kredibilitas beliau selaras dengan faktor-faktor komunikator yang telah dijelaskan, (4) Latihan pidato. Konten ini merupakan siaran tentang bagaimana cara berpidato yang baik dan benar beserta seni berbicara di depan umum. Beberapa konten latihan pidato Gontor TV berjudul “Mau

lihat latihan pidato di Pondok Modern Darussalam Gontor? -- Pidato tentang Al-Quran", "Serunya Latihan Pidato di Gontor [Bahasa Arab]", "Ahmad Adim Ardian - *Runner Up - Arabic Public Speaking Contest - Gontor*", dan lain sebagainya. Aspek edukatif yang terdapat dalam program ini adalah tentang bagaimana cara berbicara di depan umum mulai dari penampilan yang rapi dan elegan, cara penyampaian yang menarik, isi pidato yang menggugah, dan sebagainya. Pada aspek informatif, konten program ini menginformasikan kegiatan latihan pidato di Pondok Modern Darussalam Gontor beserta pakaian yang wajib dikenakan, materi yang disampaikan, dan klub ekstrakurikuler penunjang kemampuan berbicara depan umum yang ada seperti "JMK" (*Jam'iyatul Khutobaa'*) dan "MC" (*Master of Ceremony Club*). Kemudian aspek persuasif yang ada bertumpu kepada isi dan penyiar konten tersebut, (5) Praktik mengajar siswa akhir KMI (*Amaliyyatu-t-tadriis*). Kegiatan ini bersifat informatif akan kurikulum yang berlaku di Pondok Modern Darussalam Gontor, khususnya siswa akhir KMI yang akan diwisuda menjadi alumni dan mendapat pengesahan mengajar. Beberapa konten praktik mengajar yang disiarkan yaitu "10 Menit Pertama Ujian Praktek Mengajar", "*Amaliyah Tadris Gontor Putri Kampus 2*", "*Highlight Tarbiyah Amaliyah Gontor Campus Six Inspiring Journey #5*", dan lain-lain. Pada konten ini aspek edukatif meliputi tata cara mengajar yang baik dan benar, sedangkan aspek persuasif yang ada terdapat pada aktor yang berperan dalam konten tersebut, (6) Testimoni. Konten ini merupakan sarana untuk memperkenalkan Pondok Modern Darussalam Gontor

lebih detail. Para santri adalah objek yang diwawancarai untuk memberi jawaban atas apa yang mereka rasakan selama belajar di pondok. Beberapa *public figure* juga diwawancarai untuk memberikan komentar. Konten testimoni yaitu "Ujian di Gontor - Menurut Santri Baru", "Ujian paling susah di Pondok Gontor (Edisi bincang-bincang santri)", "Ini Kata Faank Wali tentang Gontor", "Ujian Akhir Kelulusan Santri Gontor - Karantina Gelombang 1 - Siswa Akhir KMI Angkatan 2015", dan "Kesan Zakir Naik Terhadap GONTOR (Subtitle Indonesia)". Pada aspek pendidikan yaitu menitikberatkan cara menyampaikan sesuatu dengan baik dan benar sesuai dengan koridor keislaman dan kepesantrenan seperti tata kata, intonasi, gestur, ekspresi, jeda, sikap, dan lain sebagainya. Aspek persuasif pada konten ini adalah kesan yang disampaikan oleh para tokoh-tokoh yang diwawancarai tentang keunikan Pondok Modern Darussalam Gontor, (7) Video-video kegiatan pondok. Beragam video kegiatan santri juga disiarkan oleh Gontor TV. Hal ini juga termasuk ke dalam konten informasi pondok guna mengabarkan tentang apa saja kegiatan yang berjalan. Beberapa konten kegiatan pondok tersebut yaitu "*Haris Lail - Piket Malam - Web Series - Eps. 1 - Hukuman Ganda*", "*Hadid*", "*Gontor TV Parkour Indonesia #1 - PERSADA - Training - Film by Taufiq Arly*", dan lain-lain. Aspek edukatif yang ada dalam konten ini adalah tentang bagaimana segala kegiatan dilakukan sesuai pada alam pendidikan Pondok Modern Darussalam Gontor. Pada aspek persuasif, konten ini berbicara tentang bagaimana seharusnya kegiatan sehari-

hari dilakukan dengan totalitas, (8) Iklan kreatif. Iklan yang disiarkan merupakan cuplikan promosi dari berbagai unit usaha pondok yang dikorelasikan dengan nilai-nilai Islam, seperti pentingnya menjaga kebersihan yang tertera pada iklan berjudul "Iklan Lucu tentang Laundry - Panggung Gembira 691 - *Survival* - Gontor", iklan tentang indahnya membudayakan salam pada konten "Budayakan Salam - Iklan Drama Arena 593", dan iklan belanja sekaligus beramal di La Tansa pada konten berjudul "Gontor - Latansapedia - parodi iklan - PG 690 - *Identity Generation*". Iklan kreatif yang lain yakni tentang aplikasi Administrasi Gontor yang kian mempermudah pembayaran SPP dan pengiriman paket santri yang terdapat pada konten berjudul "Iklan Lucu & Kreatif: Aplikasi ADM Gontor - Panggung Gembira 695". Pada konten ini aspek edukatif meliputi segala tampilan yang sesuai dengan alam pendidikan Pondok Modern Darussalam Gontor dan nilai-nilai Islam yang ditanamkan agar dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Aspek persuasif terdapat pada kemampuan para aktor dalam menyampaikan pesan dakwah.

Penyiar program dakwah Gontor TV adalah asatidz dan santri yang memiliki keterampilan komunikasi didasarkan kepada kepandaian ber retorika serta fleksibel dalam berbicara di depan publik, memiliki pengetahuan khusus dalam bidang keagamaan, serta berlatar belakang sosial budaya pesantren. Santrock mengatakan bahwa keterampilan berbicara yang baik dan benar mencakup tata bahasa, dengan menggunakan bahasa/komunikasi yang tidak menyinggung perasaan atau

menyindir lawan bicara kita, memberikan informasi dan pesan yang efektif secara jelas kepada semua orang. (Santrock. 2007: 56) Menurut Mulyani Sumantri dan Nana Syaodih, keterampilan berkomunikasi secara non verbal yaitu keterampilan berkomunikasi seseorang yang dilakukan dengan menggunakan ekspresi mata dan wajah, peraba, dan sikap diam/ tanpa gerak, yang mana itu semua terdapat pada tiap-tiap individu penyiar Gontor TV. (Sumantri, Syaodih. 2007: 35) Berdasarkan observasi oleh peneliti, penyiar Gontor TV adalah mereka yang pandai ber retorika serta fleksibel dalam berbicara di depan publik. Hal ini ditunjukkan pada konten Gontor TV dalam program "Telaga Hati" Gontor TV yaitu Dr. K.H. Abdullah Syukri Zarkasyi, MA, K.H. Hasan Abdullah Sahal, Dr Bukhori Abdul Shomad, Ustadz H. Syarif Abadi, Alm. K.H. Syamsul Hadi Abdan, Al-Ustadz Farid Sulisty, Lc., Al-Ustadz Bachtiar Nashir, Al-Ustadz Abdullah Zaen Lc., MA., Al-Ustadz Faisal Kunhi, MA., Alm. Al-Ustadz Nasrulloh Zainul Muttaqin, Al-Ustadz H. Agus Budiman, M.Pd., Al-Ustadz Dr. K.H. Ahmad Hidayatullah Zarkasyi, MA., Al-Ustadz Nur Salis Alamin.

Dapat dilihat pula dalam rentetan konten yang tersaji dalam program "*Arabic for Beginners*" tentang belajar bahasa Arab bagi para pemula yang berjumlah sebanyak 13 video. Dalam program tersebut Al-Ustadz Dr. Abdul Hafidz Zaid menyampaikan dengan gestur, intonasi, ekspresi, tata kata dan sesuai dengan pakar keilmuannya. Di dalam program "Film Pendek Islami" pun demikian, yaitu Saudara Salman Alfarisi yang berperan sebagai aktor dalam menyampaikan pesan

tentang keikhlasan dan pengorbanan, Al-Ustadz Bramantyo Suryo Nugroho sebagai aktor dalam konten berjudul “Nafasku Untukmu” yang menyampaikan tentang Ketulusan dan Pengorbanan, Al-Ustadz Zainur sebagai aktor dalam konten berjudul “JANGAN PUTUS ASA – Film Pendek Inspirasi – Film Pendek Motivasi – Short Movie” yang menyampaikan tentang pentingnya kegigihan serta tak patah arang dalam menghadapi segala rintangan hidup, Al-Ustadz Alifiu Arsyad Ali Rahma sebagai aktor dalam konten berjudul “USHULUDDIN – Film Pendek Inspirasi – Short Movie” yang menyampaikan bahwa tiap-tiap kejuruan ilmu memiliki fungsinya masing-masing, Al-Ustadz Hazmul Al-Farisi sebagai aktor dalam konten berjudul “SANG PENDEKAR – A Short Documentary Film” yang menyampaikan pesan bahwa kemampuan apapun yang kita miliki seharusnya makin mendekatkan diri kita kepada Allah SWT, Saudara Hanif Fauzi, Rosan, Izzat Iskandar, dan Risky Hidayatullah yang berperan sebagai aktor dalam konten berjudul “Tanamlah benih kebaikan” yang menyampaikan pesan motivasi agar selalu berbuat baik apapun perbuatannya.

Di dalam program “*Haris Lail (Piket Malam) – Web Series Komedi*” juga tampak keterampilan para aktor yang mampu berperan guna menyampaikan pesan tentang pentingnya bersungguh-sungguh dalam bertugas, tidak menyepelkan amanat, persatuan dalam pertemanan, serta bahasa sebagai kunci yang telah diberikan pondok kepada santrinya agar mampu menjelajahi dunia. Aktor-aktor tersebut yaitu Al-Ustadz Masau Dito Pendi, Al-Ustadz Muhammad Isa, Al-Ustadz Alifiu

Arsyad Ali Rahma, Al-Ustadz Aimaan Sumandy, Al-Ustadz Khoirul Atiqya, dan Al-Ustadz Andi Adil Pratama Nusantara. Konten yang tersaji yaitu “*Haris Lail – Piket Malam – Web Series*” episode 1-5.

Pesan dakwah Gontor TV disiarkan dengan audio visual yang mana terletak pada faktor mendengar (*hearing*) dan melihat (*seeing*), sehingga media yang digunakan adalah YouTube. Alasan utama mengapa Gontor TV memilih YouTube sebagai media utama adalah karena kemudahannya dalam segi aksesibilitas secara mayoritas. Selain itu, Gontor TV juga merujuk kepada peta digital yang tersedia di berbagai situs tentang statistik media yang paling sering digunakan. Hal ini selaras dengan penelitian saudara Mochammad Hanafi tentang video klip lagu *Salam ‘Alaikum* Harris Jung yang menggunakan media Youtube sebagai sarana dakwah. Konten yang disampaikan secara audio visual sangat mudah untuk dipahami maksudnya oleh komunikan. Namun juga terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan saudara Hadyan Janitra tentang Model Komunikasi Radio Suara Gontor FM yaitu dari segi media penyampaian pesan. Dalam penelitian tersebut, media yang digunakan hanya sebatas pendengaran (*hearing*). Media yang digunakan dan menjadi andalan Gontor TV adalah situs Youtube. Media komunikasi dalam pendidikan dan pembelajaran diantaranya, media berbasis manusia, media berbasis cetakan, media berbasis visual, media berbasis audio-visual, media berbasis computer, dan pemanfaatan perpustakaan sebagai sumber belajar. (Arsyad. 2002: 3) Klaus menyatakan, pada era Revolusi

Industri 4.0 ini, rekayasa intelegensia (*artificial intelligence*) serta *internet of thing* yakni sebagai tulang punggung pergerakan dan konektivitas manusia dan mesin. (Prasetyo, Trisyanti. 2018: 22)

Berdasarkan hasil wawancara dengan *founder* Gontor TV Al-Ustadz Muchammad Taufiq Affandi, audiens Gontor TV adalah mereka yang berada dalam lingkup dunia pendidikan dan dakwah. Semua konten yang disiarkan oleh Gontor TV merupakan referensi yang bisa digunakan oleh para guru di sekolah-sekolah, seperti video pembelajaran bahasa Arab dan kaligrafi. Dalam lingkup dakwah, audiens yang hendak berdakwah dapat melihat konten tausiyah dan ceramah Gontor TV. Dalam lingkup pengajaran, audiens dapat melihat konten metode mengajar Gontor yang tersaji dalam program Gontor TV. Lembaga-lembaga pendidikan seperti pondok-pondok alumni Gontor yang hendak mencari referensi pengembangan institusinya, maka dapat melihat konten siaran Gontor TV.² Audiens yang dituju oleh Gontor TV memiliki kesamaan budaya dan sosial, yaitu dalam lingkup Islam dan kepesantrenan, yang mana hal ini menjadi poin utama agar pesan dakwah yang disampaikan dapat berfungsi secara efektif. ¹ Deddy Mulyana menjelaskan bahwa budaya yang sangat beragam memiliki berbagai sistem nilai yang berbeda dan karenanya ikut menentukan tujuan hidup yang berbeda. Cara kita berkomunikasi sangat bergantung pada budaya kita: bahasa, aturan, dan norma

Muchammad Taufiq Affandi, Founder Gontor TV. Wawancara 22 Oktober 2020 di Kantor Rektorat UNIDA Gontor, Siman, Ponorogo

kita masing-masing. (Mulyana, Rakhmat. 2000: vi) Pembahasan audiens selaras dengan penelitian Hadyan Janitra yang mana audiens perlu disesuaikan dengan pesan yang akan disiarkan agar dapat dimengerti secara mudah dan dapat memahami sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator. Selaras pula dengan penelitian Mochammad Hanafi tentang keserasian audiens dengan pesan yang disampaikan guna mencapai tujuan komunikasi.

KESIMPULAN

Para penyiar Gontor TV adalah *asatidz* dan *santri* yang memiliki keterampilan berkomunikasi, kompeten dalam bidang keilmuan, serta bersikap dan berlatar belakang sosial dan budaya pesantren, yaitu Gontor. Kelebihan lain yang ada pada komunikator Gontor TV adalah dari segi akhlak sebagai bentuk acuan kepada nilai-nilai Islam.

Konten siaran Gontor TV secara keseluruhan adalah program dakwah yang berlandaskan asas pendidikan, karena Gontor TV sendiri berada di bawah naungan Pondok Modern Darussalam Gontor sebagai lembaga pendidikan. Tiap-tiap konten secara khusus merupakan implementasi dan penanaman nilai-nilai pendidikan yang mengacu kepada falsafah pendidikan Pondok Modern Darussalam Gontor, sedangkan secara umum merupakan dakwah Islam kepada publik.

Media utama siaran Gontor TV adalah situs *online video-sharing platform* Youtube. Pemilihan media didasarkan kepada analisis peta digital terkait media kekinian

apa yang paling banyak digunakan. Youtube dipilih karena merupakan *trending site online video-sharing platform* serta mudah diakses.

Secara umum audiens Gontor TV adalah masyarakat umum, sedangkan secara khusus audiens Gontor TV difokuskan kepada kalangan masyarakat Islam yang disesuaikan dengan konten siaran Gontor TV. Audiens yang dituju adalah masyarakat yang memiliki kesamaan sosial budaya pesantren sebagai khalayak dari program siaran dakwah Gontor TV.

Hambatan Gontor TV dalam menyiarkan program dakwah berada pada alat dan waktu. Alat yang masih terbatas serta kegiatan pondok yang padat mempengaruhi proses penyiaran konten program dakwah oleh Gontor TV. Dalam ilmu komunikasi, hambatan yang dialami oleh Gontor TV adalah hambatan mekanik dan teknis.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Nur, 'Komunikasi Sebagai Proses Interaksi Dan Perubahan Sosial Dalam Dakwah', *AT-TABSYIR STAIN Kudus*, 2.2 (2014)

Aripudin, Acep, *Pengembangan Metode Dakwah: Sebuah Pengantar Prof. Dr. Azyumardi Azra, M.A.*, Cet. 1 (Jakarta: Rajawali Press, 2011)

¹⁹ Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011)

Cangara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Edisi II, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016)

— — —, ⁶ *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek Cetakan Ke-23'*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011

— — —, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012)

Gunawan, Imam, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016)

Hanafi, Mochammad, 'Model Komunikasi Dakwah Dalam Video Klip Salam'alaikum-Haris Jung' (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018)

Harjani, Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015)

³ Hijaziah, Duratul, 'Model Komunikasi Dakwah Islamiyah Di Desa Sungai Tuan Kecamatan Astambul', 2018

¹⁹ Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Cet. 1 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015)

Murtadlo, Ali, *Gontor Masa Lampau Dan K.H. Imam Zarkasyi Sebagai Figur Pengajarnya* (Ponorogo: Gontor Press, 1996)

Panuju, Redi, *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi: Komunikasi Sebagai Kegiatan, Komunikasi Sebagai Ilmu* (Kencana, 2018)

Rakhmawati, Farida Nurul, S Surokim, and Netty Diah Kurniasari, 'Model Komunikasi Pembelajaran Transferable Skill Sebagai Upaya Meminimalisasi Pengangguran Intelektual Melalui Bengkel Kerja Komunikasi', *Jurnal Komunikasi*, 9.2 (2015), 141–58

Suharto, Ahmad, *PROFIL PONDOK MODERN DARUSSALAM GONTOR* (Ponorogo: Pondok Modern Darussalam Gontor, 2016)

Ahmad, Nur, 'Komunikasi Sebagai Proses

Interaksi Dan Perubahan Sosial
Dalam Dakwah', *AT-TABSYIR
STAIN Kudus*, 2.2 (2014)

Bakti, Andi Faisal, and Venny Eka Meidasari,
'Trendsetter Komunikasi Di Era
Digital: Tantangan Dan Peluang
Pendidikan Komunikasi Dan
Penyiaran Islam', *Jurnal Komunikasi
Islam*, 4.1 (2014)

Janitra, Hadyan, 'Model Komunikasi
Radio Suara Gontor Fm Dalam
Menyiarkan Program Dakwah
Islam', *Sahafa*, 2019

Rakhmawati, Farida Nurul, S Surokim,
and Netty Diah Kurniasari,
'Model Komunikasi Pembelajaran
Transferable Skill Sebagai Upaya
Meminimalisasi Pengangguran
Intelektual Melalui Bengkel Kerja
Komunikasi', *Jurnal Komunikasi*,
9.2 (2015), 141-58

● **21% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 21% Internet database
- 7% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 12% Submitted Works database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	core.ac.uk Internet	2%
2	eprints.walisongo.ac.id Internet	2%
3	idr.uin-antasari.ac.id Internet	1%
4	Universitas Merdeka Malang on 2020-11-04 Submitted works	1%
5	eprints.ums.ac.id Internet	1%
6	docobook.com Internet	1%
7	repository.uksw.edu Internet	1%
8	Universitas Islam Internasional Indonesi on 2022-07-16 Submitted works	1%

9	repository.uinjambi.ac.id	Internet	<1%
10	jer.or.id	Internet	<1%
11	researchgate.net	Internet	<1%
12	garuda.ristekbrin.go.id	Internet	<1%
13	library.walisongo.ac.id	Internet	<1%
14	repository.unair.ac.id	Internet	<1%
15	ejournal.mandalanursa.org	Internet	<1%
16	e-jurnal.stail.ac.id	Internet	<1%
17	gontor.ac.id	Internet	<1%
18	digilib.uinsby.ac.id	Internet	<1%
19	repository.iainpurwokerto.ac.id	Internet	<1%
20	jurnal.yudharta.ac.id	Internet	<1%

21	Universitas Muhammadiyah Ponorogo on 2019-11-05	<1%
	Submitted works	
22	journal.uin-alauddin.ac.id	<1%
	Internet	
23	4icu.org	<1%
	Internet	
24	repo.unida.gontor.ac.id	<1%
	Internet	
25	digilib.uin-suka.ac.id	<1%
	Internet	
26	digilib.uinsa.ac.id	<1%
	Internet	
27	mukmin.e-journalppsumi.web.id	<1%
	Internet	
28	alrisalah.wordpress.com	<1%
	Internet	
29	repositori.uin-alauddin.ac.id	<1%
	Internet	
30	etheses.uin-malang.ac.id	<1%
	Internet	
31	ustadar.wordpress.com	<1%
	Internet	
32	neliti.com	<1%
	Internet	

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Cited material
- Manually excluded sources
- Quoted material
- Small Matches (Less than 10 words)

EXCLUDED SOURCES

ejournal.unida.gontor.ac.id	85%
Internet	
scilit.net	11%
Internet	
garuda.kemdikbud.go.id	11%
Internet	