

Dakwah dalam Perspektif Organisasi Produksi (Studi : Konten Video Keislaman Youtube Bayt Al-Quran)

Muhammad Ibnu Abbas, Deden Mauli Darajat
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
Muhammadibnuabbas25@gmail.com, DedenMD45@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menjawab pertanyaan bagaimana dakwah media sosial konten video keislaman di Youtube Bayt Al-Quran dalam perspektif organisasi produksi. Terkait apa saja yang dipersiapkan pada proses pra produksi dan hal apa yang dilakukan saat proses produksi serta strategi yang dilakukan dalam mempublikasikan konten video keislaman. Bayt Al-Quran merupakan masjid dan pesantren dalam naungan Pusat Studi Al-Al Quran. Salah satu kegiatan dakwah yang dilakukan yaitu menyuguhkan video kajian keislaman melalui Youtube. Youtube yang sudah familiar bagi khalayak ini banyak dimanfaatkan bagi perkembangan dakwah. Konten video yang dihasilkan dibuat melalui serangkaian proses produksi hingga video kajian bisa diikuti melalui platform Youtube. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif analitis dengan menggunakan tiga teori yang berkaitan organisasi produksi, yaitu Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi dari Gill Branston dan Roy Stafford terhadap produksi konten keislaman di Bayt Al-Quran. Bayt Al-Quran sebagai organisasi dakwah menyuguhkan konten-konten bermuatan positif pada platform Youtube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kendala dalam proses produksinya namun pembuatan Bayt Al Quran mampu mengatasinya. Konten video yang selesai diproduksi kemudian disebarluaskan melalui platform Youtube. Konten video yang telah diunggah memungkinkan dapat ditonton oleh khalayak kapanpun dan dimanapun.

Kata kunci: Dakwah; Youtube; Video; Produksi; Organisasi.

Abstract

This study answers the question of how to preach social media Islamic video content on YouTube Bayt Al-Al-Quran in the perspective of a production organization. Regarding what was prepared in the pre-production process and what was done during the production process as well as the strategies used in publishing Islamic video content. Bayt Al-Quran is a mosque and Islamic boarding school under the auspices of the Center for Al-Quran Studies. One of the da'wah activities carried out is presenting videos of Islamic studies through Youtube. Youtube, which is already familiar to the audience, is widely used for the development of da'wah. The resulting video content is created through a series of production processes until video studies can be followed through the Youtube platform. The method used in this research is descriptive analytical method using three theories related to production organization, namely Pre Production, Production and Post Production from Gill Branston and Roy Stafford to the production of Islamic content in Bayt Al-Quran. Bayt Al-Quran as a da'wah organization presents positively charged content on the Youtube platform. The results showed that there were obstacles in the production process but the manufacture of Bayt Al Quran was able to overcome them. The

finished video content is then distributed through the Youtube platform. The uploaded video content allows the audience to watch it anytime and anywhere.

Keywords: Da'wah; Youtube; Video; Production; Organization.

Pendahuluan

Globalisasi telah berhasil menggeser tatanan pola komunikasi di masyarakat. arus informasi yang sangat deras mengalir di setiap alat komunikasi yang dimiliki hampir semua orang. Perkembangan dalam setiap aspek kehidupan akan selalu terjadi. Perubahan-perubahan tersebut juga mengubah perilaku manusia sebagai pelaku dalam tatanan kehidupan sosial dan bermasyarakat. Salah satu perkembangan yang sudah nyata bisa dilihat adalah perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat. Seiring berkembangnya internet, *smartphone*, platform media sosial, dll berbanding lurus terhadap kemudahan dalam mendapatkan informasi, baik informasi tentang hal yang bermanfaat sampai informasi yang dinilai kurang bermanfaat bahkan menimbulkan *mafsadat*.

Salah satu media sosial adalah Youtube. Youtube adalah sebuah website yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Tidak dipungkiri, banyak video-video dalam Youtube yang sangat bermanfaat. Berbagai hal yang seringkali tidak diketahui, bisa dicari tahu dengan mudah hanya dalam genggam tangan. Namun di sisi lain, berbagai konten video yang sifatnya bernuansa hiburan jauh lebih banyak dan memenuhi layar *smartphone* hampir seluruh lapisan masyarakat di Indonesia. Data dari ComScore menunjukkan, ada lebih dari 93 juta penonton unik di Indonesia berusia di atas 18 tahun yang menonton video di YouTube setiap

bulannya. Hal ini menunjukkan bahwa kebiasaan menonton konten video di platform media sosial Youtube sudah lekat dan merasuk dalam berbagai aktifitas sehari-hari pada banyak kalangan.

Di internet, terdapat konten hiburan yang kurang mendidik, konten-konten yang berisi berita palsu (*hoax news*) dan ujaran kebencian (*hate speech*). Dalam beberapa hal, efek buruk ini berdampak pada renggangnya ikatan sosial, fragmentasi masyarakat ke dalam kelompok-kelompok sektarian. Namun, walaupun berbagai konten yang dinilai tidak mendidik, berita palsu dimana-mana pemangku kebijakan terkait tidak bisa menghentikan aktifitas yang sudah berjalan dalam dunia maya. Dilansir dari portal berita Pikiran Rakyat Cirebon, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menegaskan bahwa pemerintah tidak bisa langsung memblokir platform media sosial tanpa alasan yang jelas.

Di sisi lain, dakwah dalam Islam merupakan masalah besar yang menyangkut hajat kepentingan masyarakat luas. Sebab pada kenyataan Islam tidak mungkin berkembang tanpa adanya proses yang dijalankan dan disebarkan oleh para tokoh dakwah, karena dalam kehidupan Rasulullah sangat banyak dengan kegiatan dakwah. Oleh karenanya, hal ini menjadi sebuah tantangan bagi pelaku dakwah dalam menjalankan perubahan sosial, atau paling tidak mencegah keadaan sosial masyarakat yang jauh lebih buruk lagi dengan menebarkan nilai-nilai keislaman sesuai dengan kondisi masyarakat

sekarang ini. Perubahan sosial merupakan cara untuk mengubah tatanan kondisi masyarakat yang menyimpang, dari yang salah dan buruk menjadi kondisi masyarakat yang terarah, benar, dan baik

Globalisasi ibarat pisau bermata ganda. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat memberi dampak positif bagi perkembangan peradaban manusia. Namun di sisi yang lain, cepatnya perubahan sosial berimbas pada semakin mudarnya nilai-nilai ruhaniyah dan kemanusiaan. Oleh karena itu, perlu adanya tindakan preventif dalam membendung arus dari dampak negatif globalisasi.

Islam merupakan agama dakwah, yaitu agama yang menugaskan umatnya untuk menyebarkan Islam kepada seluruh umat manusia sebagai rahmat bagi seluruh alam. Sedangkan tujuan dakwah itu sendiri adalah untuk menumbuhkan pengertian, kesadaran, penghayatan dan pengalaman ajaran agama yang dibawakan oleh aparat dakwah. Islam dapat menjamin terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan umat manusia, bilamana ajaran Islam yang mencakup segenap aspek kehidupan itu dijadikan sebagai pedoman hidup dan dilakukan dengan sungguh-sungguh.

Karena itu, diperlukan langkah strategis untuk mengembangkan narasi keagamaan yang positif untuk pembangunan bangsa di masa depan. Narasi keagamaan yang mengintegrasikan nilai-nilai keagamaan dan kebangsaan perlu disebarluaskan di dunia maya guna menjaga eksistensi agama, bangsa dan negara di tengah-tengah perkembangan teknologi yang menunjukkan perkembangan ke arah degradasi moral. Dengan cara seperti ini, agama dapat menjadi kekuatan strategis yang positif dan integratif.

Di sinilah perlu dikembangkan strategi dalam mengambil peran untuk memproduksi konten-konten yang bermuatan positif dan integratif. Konten keagamaan merupakan salah pilihan dalam mengembangkan sayap-sayap dakwah di era terbarukan. Sudah selayaknya, dakwah yang elastis dan adaptif bisa menyesuaikan perkembangan zaman agar mad'u tetap menerima materi-materi dakwah dalam upaya mencerdaskan umat dari ketidaktahuan dalam satu dua hal kaitannya dengan agama.

Bayt Al-Quran adalah masjid dan pesantren yang berada dibawah naungan Pusat Studi Al-Al Quran yang salah satu kegiatan dakwahnya adalah memproduksi konten-konten video kajian yang disiarkan melalui Youtube. Konten video keilmuan Islam dibawakan oleh para Dewan Pakar Pusat Studi Al-Al Quran dalam berbagai kajian yang ada di Masjid Bayt Al-Quran.

Landasan Teori Organisasi Produksi

Organisasi produksi merupakan suatu teknik mencapai kualitas media. Kerja tim yang solid dibutuhkan untuk mencapai tujuan ini. Rangkaian proses produksi mulai dari ide sampai penayangan dirancang sesuai dengan kaidah proses produksi. Proses produksi adalah cara, metode dan teknik untuk menciptakan barang dengan menggunakan sumber-sumber yang ada. Serta proses kegiatan untuk perancangan SDM, pengembangan, penugasan serta delegasi wewenang untuk tercapainya tujuan bersama. Sehingga, proses produksi adalah pekerjaan tim bukan individual.

Produksi merupakan bagian dari acara yang merupakan puncak dari seluruh tahapan dalam produksi. Oleh karena itu, dalam memproduksi sebuah acara televisi

harus mempunyai tahapan-tahapan yang jelas, yang sesuai dengan prosedurnya. Dalam teorinya, Fred Wibowo menyebutkan bahwa sebuah acara televisi sebelum ditayangkan tentunya akan melewati tiga tahapan, sesuai dengan Standard Operasional Prosedure (SOP). Tahapan produksi tersebut yaitu pra produksi, produksi dan pascaproduksi.

Penulis menggunakan alat analisis perspektif teori *Production Organization* yang dikemukakan oleh Gill Branston dan Roy Stafford dalam buku *the Media Student's Book* tahun 2010. Secara garis besar teori ini menguraikan tahapan proses produksi, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

1. Pra Produksi

Sebuah program acara berawal dari sebuah ide atau gagasan baik perseorangan atau kelompok (*teamwork*), yang diteruskan dengan proses tukar pikiran (*brainstorming*). Baru setelah itu dilakukan penyesuaian-penyesuaian (*adaptasi*) agar didapatkan sebuah program yang terstruktur dan rapi, biasanya sudah berupa naskah cerita (skenario) untuk drama atau *rundown* program acara non-drama dan *news*. Tahap pra-produksi, meliputi tiga bagian sebagai berikut:

a. Penelitian/Penemuan Ide

Penelitian merupakan komponen penting dalam tahap pra-produksi. Karena dengan penelitian, gagasan pada suatu pekerjaan media akademik dapat terwujud sebagai produk media. Pada tahap ini, pelaku media akan memulai merencanakan suatu konsep produk media dengan gagasan yang ada dan kemudian akan dikembangkan berdasarkan data-data hasil penelitian hingga menjadi konsep yang utuh dan matang.

b. Peninjauan

Persiapan yang baik sangat penting untuk produksi media yang efektif. Sebelum pekerjaan audio, video atau fotografi terjadi di lokasi, pelaku produksi akan melakukan serangkaian peninjauan. Pemeriksaan sumber listrik dan pencahayaan Fasilitas seperti ruang ganti, penyegaran dan kemungkinan ruang publik dan pers adalah penting. Kepala produser, kru kamera dan suara juga memilih lokasi untuk menambah keindahan estetika. Pada tahap ini meliputi pemberesan semua kontrak, perizinan, dan surat menyurat. Latihan para *talent* dan pembuatan setting, meneliti dan melengkapi peralatan yang diperlukan. Persiapan ini baik diselesaikan menurut jangka waktu yang sudah ditetapkan.

c. Desain

Desain yang bagus menunjukkan produk tersebut memiliki kualitas tinggi. Desain produk menjadi prioritas utama dalam produksi media. Barang yang akan diperkenalkan dan diproduksi harus ditetapkan terlebih dahulu segi fungsinya. Produk kemudian didesain sesuai dengan ketentuan perusahaan. Manajemen biasanya mempunyai beragam pilihan sebagaimana sebuah produk dapat mencapai tujuan fungsionalnya.

2. Produksi (Pelaksanaan)

Langkah ini dapat dikerjakan ketika pekerjaan utama selesai pada sebuah konsep yang akan menjadi produk. Hal tersebut berguna pada saat dibahas siapa yang mengeksekusi, apa dan bagaimana perannya didefinisikan dan diintegrasikan sebagai bagian dari suatu produksi.

a. Unit Produksi

Pada tahap ini, prinsipnya memvisualisasikan konsep naskah atau *run down* agar dapat dinikmati pemirsa. Karena konsep tersebut, maka

dibutuhkan peralatan yang sudah pasti ada orang (*operator*), dan *production service*. Unit yang digunakan untuk melakukan produksi di perusahaan media ini adalah staf kreatif. Sedangkan, sutradara bekerja sama dengan para artis dan *crew* mencoba mewujudkan apa yang direncanakan dalam kertas dan tulisan (*shooting script*) menjadi gambar, susunan gambar yang bercerita. Selain sutradara, penata cahaya dan suara mengatur dan bekerja agar gambar dan suara bisa tayang dengan baik

b. Peran Produksi

Pada bagian ini unit-unit organisasi memerankan fungsinya seperti produser, direktur dan editor, Tenaga teknis, Tenaga administratif, dan tim kreatif. Adapun hal-hal yang berkaitan dengan konsumen, biasanya merupakan hal dari tim kreatif di balik serangkaian seri program televisi. Selain itu, dalam rekaman suara juga, produser bisa dikatakan sebagai tim kreatif. Adapun dalam hal penerbitan, peran yang sama kemungkinan akan dibagi oleh editor dan manajer produksi

Barnston dan Stafford mengatakan beberapa penelitian produksi memerlukan keahlian khusus dan pengetahuan, pertama dalam kemampuan akademik umum dari penggunaan dan pengecekan sumber daya manusia, kedua dalam kaitannya dengan spesifikasi keahlian khusus. Maka peran produksi sangat diperlukan. Sama halnya dalam media online, masing-masing memiliki peran dalam menjadikan sebuah produk konten. Tidak semua sumber daya manusia yang dimiliki organisasi media memiliki keahlian yang sama.

c. Hak Cipta dan Perizinan

Produk media sering referensial dan intertekstual, memanfaatkan bahan yang direkam sebelumnya. Dalam industri yang sangat komersial hampir apa pun

yang dimiliki segala jenis komersial yang potensial, bisa digunakan dalam publikasi lain akan dimiliki dalam hal hak untuk reproduksi. Industri ini telah mengembangkan dokumen khusus untuk produser media, ini juga digunakan untuk izin. Permintaan produser, biasanya tidak membeli seluruh lagu tapi hanya beberapa detik. Salah satu solusi bagi produser kecil adalah dengan menggunakan musik perpustakaan, khusus ditulis dan direkam untuk produksi audio visual dan katalog CDs sesuai dengan tema. Naskah sajian disusun untuk mempersatukan, menghidupkan, dan memberi makna pada program itu. Setelah semua siap, kemudian program direkam dan diedit.

3. Pasca Produksi

Pasca produksi dimaksud sebagai tahap penyelesaian akhir atau penyempurnaan dari produksi. Tahap penyelesaian meliputi pelaksanaan *editing* baik video maupun audio, pengisian narasi, pembuatan efek khusus, melakukan hasil evaluasi hasil akhir dari produksi. Setelah bahan utama telah diproduksi, atau ditemukan dan disusun, maka layak dibentuk menjadi produk akhir. Dan hal itu melibatkan beberapa kegiatan yang berbeda. Branston dan Stafford merancang sebuah langkah akhir dalam pasca produksi sebagai berikut:

a. Penulisan Ulang dan Editing

Setelah pengeditan maka dilakukan pemeriksaan atas naskah atau gambar yang telah diedit. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa teks mentah tidak terdapat kesalahan ejaan, informasi yang tidak akurat. Kemudian berdasarkan catatan itu sutradara membuat editing kasar yang disebut editing offline.

b. Penjadwalan

Untuk menentukan berapa lama tim produksi harus menyelesaikan proses produksi, tergantung pada perencanaan

dan persiapan sebagai suksesnya suatu produksi. Bahkan rencana yang baik pun akan sia-sia jika keseluruhan tugas itu tidak bisa dilakukan. Menghitung waktu pada setiap proses produksi tersebut akan menghabiskan waktu untuk memastikan bahwa tim produksi tahu jadwal. Perencanaan waktu, baik selama masa pra produksi, produksi, dan pasca produksi harus dituangkan ke dalam jadwal waktu yang matang. Penyimpangan jadwal kegiatan akan berpengaruh terhadap jalannya proses produksi tersebut dan juga akan mempengaruhi pembiayaan.

c. Uji Pemasaran dan Peninjauan

Setelah proses peninjauan dilanjutkan dengan uji pemasaran atau pratinjau terhadap produk yang dikeluarkan. Jika tim produksi ragu terhadap produk yang diproduksi maka diperlukan uji pemasaran produk untuk melihat respon audien terhadap produk yang diajukan. Meskipun sebagian orang mengatakan langkah ini mengarah ke produk yang lambat.

d. Finishing

Produk media yang paling sukses adalah produk yang berasal dari hasil akhir yang berkualitas. Tampilan yang bagus dengan pemikiran yang diberikan pada pencahayaan dan *caption* atau katalog yang dicetak dengan hati-hati akan meningkatkan *audiens*. Tahap ini menjadi tahap produksi akhir sebelum produk didistribusikan.

Bingkai Konseptual Islam

Proses produksi konten keislaman di platform media sosial Youtube dalam perspektif organisasi produksi dengan objek kajian dalam penelitian ini adalah konten video keislaman Bayt-Al Quran. Adapun konsep-konsep metodologis dalam menganalisis pada proses produksi konten video kajian keislaman sebagai berikut:

1. *I'dad* (Planning/Perencanaan)

I'dad berasal dari kata *a'adda* yang berarti menyiapkan dan menyediakan. Robbins dan Coulter dikutip dari Ernie Tisnawati mendefinisikan perencanaan sebagai sebuah proses yang dimulai dari penetapan tujuan organisasi, menentukan strategi untuk pencapaian tujuan organisasi tersebut secara menyeluruh, serta merumuskan sistem perencanaan yang menyeluruh untuk mengintegrasikan dan mengoordinasikan seluruh pekerjaan organisasi hingga tercapainya tujuan organisasi. Ayat al-Qur'an yang menjelaskan tentang suatu perencanaan terdapat dalam surat al-Anfal ayat 60:

وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ

“Dan siapkanlah untuk (menghadapi) mereka apa yang kamu mampu dari kekuatan dan dari kuda-kuda yang kamu tambat.” (QS. Al-Anfal: 60) (Shihab: 2013)

Dalam ayat ini, Allah memerintahkan agar kaum Muslimin menyiapkan kekuatan untuk menghadapi musuh-musuh Islam. Adapun yang harus dibina lebih dahulu adalah kekuatan iman. Kekuatan iman menjadikan kaum Muslimin yakin bahwa diri mereka adalah pembela kebenaran dan penegak kalimat Allah di muka bumi. Kekuatan iman sempurna dapat membina kekuatan mental yang selalu ditanamkan pada hati segenap rakyat. Tentunya agar mereka benar-benar menjadi bangsa yang tangguh dan perkasa dalam menghadapi berbagai macam kesulitan dan cobaan.

Menurut M. Quraish Shihab, persiapan dalam membela kebenaran dan nilai ilahi memerlukan biaya. Kata *a'iddu* dalam ayat di tersebut memerintahkan untuk menafkahkan harta sambil mengingatkan bahwa apa yang seseorang

nafkahkan pada jalan Allah walau sekecil apapun niscaya akan dibalas dengan sempurna kepadanya dan dia tidak akan dianiaya walaupun berupa kerugian yang sedikit. Bahkan Allah akan menambahkan sesuai kemurahan Allah dan niat serta upaya masing-masing.

2. Al'Amal (produksi)

'Amal adalah semua pekerjaan yang berasal dari makhluk hidup dan dilakukan dengan sengaja. Karena kata amal merupakan akar suatu kata yang menunjukkan pada satu makna yang sama, yaitu semua pekerjaan yang dilakukan. Salah satu ayat al-Qur'an yang menjelaskan tentang suatu produksi atau pekerjaan yaitu terdapat dalam surat al-Baqarah ayat 25:

وَدَشِّرِ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ

أَنَّ لَهُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ

"Dan sampaikanlah berita gembira kepada orang-orang yang beriman dan beramal saleh bahwa bagi mereka surga yang di bawahnya mengalir sungai-sungai." (Q.S. Al-Baqarah: 25) (Shihab: 2013)

Kata amal berasal dari bahasa Arab 'amala yang artinya perbuatan, aksi dan produksi. Dalam Tafsir Kementerian Agama, Al-'amal (perbuatan) ialah mewujudkan suatu perbuatan atau pekerjaan, baik berupa perkataan, perbuatan ataupun ikrar hati, tetapi yang biasa dipahami dari perkataan "amal" ialah perbuatan anggota badan.

Menurut M. Quraish Shihab, makna dari kata ini berarti pekerjaan, apa pun bentuk perbuatannya. Kata 'amala digunakan untuk menggambarkan penggunaan daya manusia, daya pikir, fisik, kalbu dan daya hidup. Jangankan perbuatan-perbuatan yang nyata dan karya-karya yang terlihat atau terbaca, niat yang dan tersembunyi di dalam hati yang lahir dari budaya kalbu pun dinilai sebagai amal.

3. Al-Bai' (Transaksi)

Imam Taqiyuddin Abu Bakar bin Muhammad al-Husaini dalam kitab Kifayatul Akhyar, diterangkan bahwa lafaz *bai'* menurut bahasa artinya: memberikan sesuatu dengan imbalan sesuatu yang lain. *Bai'* menurut *syara'* artinya: membalas suatu harta benda seimbang dengan harta benda yang lain, yang keduanya boleh dikendalikan dengan *ijab qabul* menurut cara yang dihalalkan oleh *syara'*. Salah satu ayat Al-Al Quran yang menjelaskan tentang suatu *bai'* atau transaksi yaitu terdapat dalam surat Ibrahim ayat 31:

قُلْ لِّعِبَادِيَ الَّذِينَ آمَنُوا يُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً مِّن قَبْلِ أَن يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا خِلَالٌ

"Katakanlah kepada hamba-hamba-Ku yang telah beriman: "Hendaklah mereka mendirikan salat, menafkahkan sebagian rezeki yang Kami berikan kepada mereka secara sembunyi ataupun terang-terangan sebelum datang hari (kiamat) yang pada hari itu tidak ada jual beli dan persahabatan." (QS. Ibrahim: 31)

Dalam kitab Fikih Muamalah karangan Dimyauddin Djuwaini diterangkan, secara linguistik, al-Bai' (jual beli) berarti pertukaran sesuatu dengan sesuatu. Secara istilah, menurut madzhab Hanafiyah, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta dengan menggunakan cara tertentu. Disini harta diartikan sebagai sesuatu yang memiliki manfaat serta ada kecenderungan manusia untuk menggunakannya. Cara tertentu yang dimaksud adalah *sighat* atau ungkapan *ijab* dan *qabul*. Muhammad Quraish Shihab dalam tafsirnya menyebutkan:

Bergembiralah dengan surga yang kamu terima sebagai ganti penyerahan jiwa dan harta kamu. Betapa kamu tidak bergembira

padahal yang membelinya, yakni Allah, tidak membutuhkannya. Betapa kamu tidak bergembira sedang bila tidak kamu jual, jiwa dan harta itu segera akan meninggalkan kamu. baik kamu jual kepada Allah maupun tidak. Karena itu, tidakkah lebih baik kamu menjual sesuatu yang pasti meninggalkan kamu sambil memperoleh ganti yang demikian aku dan kekal.

Pemakaian dua perspektif tersebut diatas berhubungan dengan konsep teknis pembuatan video dan perintah dakwah. Implementasi dua perspektif tersebut adalah adanya konten dakwah di Youtube channel.

Metode Penelitian

Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif analitis. Metode deskriptif menurut Nazir adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuannya untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat, mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Dalam penelitian ini akan diuraikan bagaimana proses produksi dan segala kendala yang ditemukan secara deskriptif.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dan objek studi penelitian ini adalah organisasi dakwah dalam hal ini Masjid Bayt Al-Quran dan kajian-kajian yang dilaksanakan sebagai produk dakwahnya. Penulis mencoba memadukan data yang didapatkan melalui wawancara dari pihak Bayt Al-Quran dan laman resminya hingga menjadi data berupa subjek dan objek sebagai berikut.

1. Subjek Penelitian

Masjid Bayt Al-Quran merupakan masjid pelayan kebutuhan umat yang mengedepankan pada penanaman nilai-nilai keislaman yang moderat dalam setiap kegiatannya kepada para jamaah. Adapun visi masjid Bayt -Al Quran adalah masjid yang menjadi pusat penyebaran ajaran Islam moderat, serta menjadi penggerak kemajuan dalam bingkai keindonesiaan. Sedangkan misinya diantaranya memberikan layanan yang professional dalam bidang Ibadah, pengembangan keilmuan, serta layanan umat, menjadi pusat pendidikan dan pelatihan kader-kader ahli Al Quran yang berwawasan Islam moderat dan berwawasan kebangsaan, menjadi rujukan masyarakat dalam membantu problematika yang dihadapinya, menjalin kerjasama dan bersinergi dengan masjid dan lembaga keislaman lainnya untuk kemajuan umat Islam.

2. Sejarah Berdiri

Berdirinya Masjid Bayt Al-Quran tidak lepas dari keberadaan Pondok Pesantren Pasca Tahfid Bayt Al-Quran. Sebelumnya, asrama Pesantren Bayt Al-Quran ini berlokasi di Vila Bukit Raya Pondok Cabe, berjarak beberapa ratus meter dari tempat semula. Pada tahun 2010, ketika Pesantren berpindah tempat di Southcity Selatan. Saat itulah Masjid Bayt Al-Quran mulai dibangun.

Berjalannya kegiatan pesantren dan masjid dalam satu instruksi, menjadikan keduanya saling bersinergi satu sama lain. Adanya keterkaitan antara masjid dengan pesantren, berdampak positif pada pelayanan para jamaah yang datang ke masjid dan juga sebagai sarana bagi santri untuk membekali kompetensi diri.

Pesantren Bayt Al-Quran merupakan sebuah Pondok Pesantren yang didirikan oleh Ali Ibrahim Assegaf sekaligus sebagai program dalam naungan Pusat Studi Al-Al Quran yang didirikan oleh M. Qurasih Shhab. Pesantren yang

kegiatannya fokus pada pembelajaran tafsir dan pemahaman nilai-nilai Al-Al Quran ini sasarannya adalah santri atau asatidz yang sudah menyelesaikan hafalan Al-Al Quran 30 Juz yang dikarantina selama 6 bulan untuk memperdalam berbagai Ilmu Al-Al Quran.

Baik Masjid Bayt Al-Quran maupun Pesantren Bayt Al-Quran, keduanya merupakan serangkaian yang tidak bisa dipisahkan. Masjid yang digunakan sebagai pusat kegiatan santri Bayt Al-Quran sekaligus melayani jamaah dan masyarakat secara luas dalam berbagai praktek *ubudiyah*.

3. Objek Penelitian

Objek studi dari penelitian ini adalah proses produksi konten-konten keislaman yang disiarkan melalui channel Youtube dan Facebook Bayt Al-Quran. Serangkain proses yang ada, dilakukan mulai dari tahap persiapan hingga konten-konten tersebut disiarkan dan diikuti oleh para penonton Youtube kapanpun dan dimanapun berada. Adapun konten-konten yang diproduksi berupa kajian-kajian yang diantaranya yaitu:

a. Kajian Tafsir Ayat Doa

Kajian tafsir ayat-ayat doa dalam kitab Min Wahyil Al Quran bersama Ust. Syahrullah Iskandar, MA setiap hari Selasa seusai salat Maghrib berjamaah.

b. Halaqoh Tafsir

Kajian yang membahas tentang tafsir ayat Al-Al Quran dengan pemateri yang dihadirkan dari para dewan pakar Pusat Studi Al-Al Quran. Kegiatan ini berlangsung setiap hari rabu pukul 10.00 WIB sampai dengan waktu salat Dhuhur. Materi yang disampaikan setiap minggunya secara bergantian antara kajian tafsir *tahlili* dan tafsir *maudhui*.

c. Kajian Kitab Nashaihul Ibad

Kajian kitab Nashaihul Ibad karya Syaikh Nawawi yang dibawakan Ust. M. Arifin,

MA yang merupakan merupakan Dewan Pakar Studi Al-Al Quran. Kajian ini dilaksanakan setiap hari Rabu seusai salat Maghrib berjamaah.

d. Khutbah Jumat

Setiap hari Jumat, khutbah yang dilaksanakan di Masjid Bayt Al-Quran juga disiarkan melalui channel Youtube. Dengan khatib terjadwal beserta engan tema yang dibawakan oleh para Dewan Pakar Pusat Studi Al-Al Quran.

e. Ngaji Tafsir Asy'Syarawi

Kajian Kitab Tafsir Asy-Syarawi karya ulama masyhur yaitu Syaikh Mutawalli Sya'rawi yang dibawakan oleh Dr. A. Husnul Hakim, MA setiap hari sabtu puku 08.00 WIB. Namun karena dalam beberapa bulan terakhir dalam kondisi pandemic, video kajian dialihkan menjadi video recording dari sebelumnya dengan kajian streaming.

f. Kajian Akhlak Al-Al Quran dan Tasawuf

Kajian berisi video-video yang membahas tema seputar ayat-ayat tentang Akhlak dalam Al-Al Quran yang dibawakan oleh Dr. Ali Nurdin, MA. Tayang setiap hari Minggu sore pukul 17.00 WIB.

g. Ngaji Muqoddimah Hadromiah

Kajian kitab Fikih karya Syaikh Abdullah bin Abdurrahman Bafadhl Al-Hadhromi dibawakan oleh Ust. Ahmad Mustakim, Lc setiap hari Sabtu seusai salat Maghrib berjamaah.

h. Ngaji Syajaratul Maarif

Kajian kitab Syajaratul Maarif karya Syaikh Izzuddin Bin Abdussalam yang dibawakan oleh Ust. Muhammad Nasrullah, LC setiap hari Minggu seusai salat Maghrib berjamaah.

Selain kajian-kajian mingguan, beberapa event kajian tahunan yang diadakan oleh Bayt Al-Quran juga disiarkan di channel Youtube. Adapun event tahunan tersebut diantaranya yaitu: Ramadhan, Idul Adha, Muharam, Maulid, dan Isra Miraj.

Analisis Konten Video Keislaman Youtube Bayt Al-Quran: Analisis Organisasi Produksi

Globalisasi telah membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Dalam hal ini, negara dan segala yang ada di dalamnya juga tidak terhindarkan dalam perubahan yang dibawa oleh globalisasi. Globalisasi adalah proses integrasi ke ruang lingkup dunia. Kemajuan teknologi dan transportasi, membuat hubungan yang bersifat global yang meliputi semua hubungan yang terjadi dengan melampaui batas-batas ketatanegaraan.

Secara fisik, globalisasi ditandai dengan perkembangan kota-kota yang menjadi bagian dari jaringan kota dunia melalui transportasi udara. Coba bayangkan, bagaimana cepatnya penerbangan dari Jakarta menuju Kuala Lumpur di Malaysia. Atau dari Denpasar, Bali menuju Sydney di Australia dan sebaliknya. Menyatunya antar kota di berbagai belahan dunia, dapat dilihat dari infrastruktur telekomunikasi, jaringan transportasi, perusahaan-perusahaan berskala internasional serta cabang-cabangnya. Globalisasi dalam dunia komunikasi memberi sumbangsih dalam mempermudah dalam pertukaran informasi, baik serta interaksi antar individu ataupun kelompok tanpa batasan jarak dan waktu.

Globalisasi sebagai realita modern dasarnya bermula pada saat revolusi transportasi dan elektronika mulai memperluas dan mempercepat laju dalam segala aktivitas terutama yang ada dalam kehidupan. Era globalisasi sudah tidak dapat dielakkan lagi bahkan dihindari oleh setiap orang termasuk orang Islam sendiri. Ketika seseorang masih mengakses informasi dari berbagai media, maka seseorang akan tetap terperangkap dalam proses dan model pergaulan globalisasi.

Kemudahan dalam mengakses informasi yang nyaris tanpa filter menjadikan banyak informasi yang ingin dicari selalu ada. Baik informasi yang nilainya konstruktif, maupun yang destruktif seperti konten minim faedah, berita palsu hingga provokasi. Oleh karenanya, sebagai pelaku dakwah perlu masuk dan menjadikan media informasi sebagai *wasilah* dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Bayt Al-Quran yang merupakan salah satu pelaku dakwah memproduksi konten-konten islami melalui salah satu platform media sosial yaitu Youtube.

Tantangan dakwah dari waktu ke waktu selalu berubah. Begitu juga dengan cara menyampaikan pesan dakwah pun perlu menyesuaikan. Sehingga, Youtube yang merupakan salah satu tempat populer di jagad media sosial ini, perlu diperhitungkan oleh para dai agar pesan dakwah menjangkau para penonton konten Youtube.

Teori organisasi produksi yang disebutkan oleh Gill Branston dan Roy Staford menyatakan bahwa dalam produksi sebuah konten oleh suatu organisasi produksi, setidaknya ada tiga tahapan yang harus dijalankan, Tiga tahapan tersebut saling berurutan satu sama lain. Adapun tiga tahapan yang dimaksud yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi. Teori inilah yang oleh penulis gunakan untuk menganalisis proses produksi konten video keislaman di Youtube Bayt Al-Quran.

Menurut Branston, tahap pra produksi yang merupakan tahap awal dalam membuat suatu konten media terdiri dari penemuan gagasan atau ide, peninjauan, dan desain program. Tahap pertama ini terjadi ketika para pencari konten membuat “catatan kasar” baik yang bersumber dari peristiwa, radio, internet, dan referensi keislaman klasik

maupun modern menjadi “bahan konten”. Adapun tahap kedua merupakan tahap produksi yakni memvisualisasikan konsep naskah atau *run down* agar dapat dinikmati pemirsa. Adapun tahap ketiga yaitu pasca produksi dimana para pengolah materi konten merubah atau menggabungkan bahan tersebut menjadi “hasil akhir” (siaran konten media) yang disiarkan kepada umum.

Teori yang disebutkan oleh Branston dan Stafford ini sangat relevan dengan serangkaian proses produksi yang dilakukan oleh Bayt Al-Quran dalam menghasilkan konten-konten video keislaman. Namun sebelum lebih jauh, secara garis besar, proses produksi yang dilakukan oleh Bayt Al-Quran ada dua model, yaitu model *recording* dan *streaming*. Untuk produksi dengan model recording, proses yang dijalankan yaitu dengan mengolah video mulai dari rekaman, *editing* dan kemudian *uploading*. Sedangkan untuk produksi dengan model streaming, proses yang dijalankan yaitu dengan menyiarkan secara langsung konten yang diproduksi ke Youtube. Adapun tahapan-tahapan yang dijalankan tersebut sebagai berikut:

1. Pra Produksi

Tahap persiapan merupakan tahap awal yang dilakukan oleh tim media Bayt Al-Quran. Berikut beberapa tahapan yang Bayt Al-Quran dalam tahap Pra Produksi:

a. Menentukan Tema dan Judul Kajian
Tahap ini tidak sepenuhnya dilakukan pada setiap kajian yang ada. Karena sebagian kajian sudah berlangsung dan terjadwal secara sistematis. Sehingga untuk penentuan tema atau topik kajian, sebagian hanya eksekusi di lapangan. Seperti misalnya Khutbah Jumat. Pada khutbah Jumat, tema-tema yang akan menjadi materi khutbah sudah terjadwal selama satu tahun berikut Khatibnya.

Begitu juga kajian Akhlak Al-Al Quran, penentuan tema hanya ada di awal pemrograman yang mengacu pada salah satu buku pegangan santri karya KH. Ali Nurdin, MA.

Sebagian kajian yang mengacu pada kitab, seperti Kajian Kitab Tafsir Asy-Syarawi, Kitab Kitab Burdah, Kitab Nashaihul Ibad dan beberapa kitab lain, dalam menentukan topik pembahasan sepenuhnya ditentukan oleh pembawa materi. Adapun judul, adalah hasil diskusi dengan tim Media bersama pembawa materi tersebut. Judul-judul di kajian sebisa mungkin menarik khalayak untuk menonton, namun dengan catatan judul tersebut tidak menyinggung SARA karena Bayt Al-Quran tidak ingin condong pada suatu kelompok tertentu.

b. Membagikan Info Kajian

Tahap persiapan juga termasuk di dalamnya adalah membagikan info kajian melalui platform media sosial yang Bayt Al-Quran miliki seperti Instagram, Facebook dan Whatsapp. Info kajian tersebut dibagikan satu jari sebelum kajian berlangsung. Adapun ketika ada *event* besar seperti kajian bersama KH. Ahmad Bahaiddin Nursalim atau yang lebih dikenal dengan Gus Baha, infonya dibagikan jauh-jauh hari sebelum hari kajian berlangsung.

c. Persiapan Tempat

Tempat berlangsungnya kajian menjadi salah satu hal yang dipersiapkan juga sebelum tahap produksi. Untuk model *streaming*, kajian dilakukan di Masjid Bayt Al-Quran. Sedangkan untuk model *recording* ditentukan secara fleksibel sesuai kajiannya, bisa dilakukan di masjid maupun di luar masjid. Selain itu, Bayt Al-Quran juga memiliki studio dan perpustakaan yang cocok dijadikan sebagai tempat ambil gambar.

d. Persiapan Alat

Tahap Persiapan alat yaitu proses mengadakan perangkat dan konsep yang diperlukan dalam membuat konten keislaman. Pada tahap ini, Bayt Al-

Quran memiliki sub tahapan dalam mempersiapkan produksi konten video keislaman. Secara umum, baik produksi model *recording* maupun *streaming*, keduanya sama-sama dimulai dengan tahap menentukan tema atau gagasan kajian dan membagikan informasi kajian kepada khalayak seperti yang dijelaskan di atas. Namun dari kedua model tersebut, memiliki perbedaan dalam beberapa persiapan.

Adapun perbedaan spesifik di tahap persiapan alat ada pada *device* yang dibutuhkan. Jika model *recording*, alat yang dibutuhkan adalah seperangkat alat *recording* yang berupa kamera, tripod dan clip on. Selain alat, hal lain yang perlu disiapkan adalah penentuan setting tempat *record* apakah akan *indoor* ataukah *outdoor*. Sedangkan produksi dengan model *streaming*, alat yang diperlukan yaitu kamera, tripod, perangkat *audio mixer*, *smartphone*, laptop, perangkat *capture* dan koneksi jaringan internet.

2. Produksi

Tahap produksi merupakan tahap dimana pembuatan materi itu dilaksanakan. Baik secara *streaming* maupun *recording*, keduanya sama-sama melalui tahap penjelasan topik yang nantinya akan disiarkan baik secara langsung maupun tidak. Pada tahap pelaksanaan, perbedaan antara produksi dengan model *streaming* dan *recording* sangat terlihat mencolok. Berikut ini hal-hal yang dilakukan dalam tahap produksi:

a. Teknis Recording

Jika pada model *recording*, tahap pelaksanaan dalam produksi konten video keislaman berupa merekam video tausyiah atau kajian dengan menggunakan alat-alat yang sudah dipersiapkan pada tahap sebelumnya. Hasil video yang sudah selesai diambil dengan kamera, kemudian diserahkan kepada editor untuk diolah.

b. Teknis Streaming

Pada model *streaming*, pelaksanaan produksi konten keislaman berupa mengambil video kegiatan kajian yang ada dengan perangkat *streaming* dan pada saat itu disiarkan melalui akun Youtube Bayt Al-Quran. Pada produksi model *streaming*, persiapan yang sudah dilakukan di awal memang sedikit lebih kompleks. Hal ini terjadi karena dalam tahap ini beberapa hal yang seharusnya ada pada tahap pra produksi dan tahap pasca produksi terjadi bersamaan dalam tahap ini.

3. Pasca Produksi

Tahapan ini merupakan tahapan akhir proses produksi konten keislaman Bayt Al-Quran. Tujuan dari tahap ini yaitu mengolah video yang dibuat dan mempublikasi seluas-luasnya kepada khalayak. Pada proses ini pun juga dibagi menjadi dua model, yaitu model *recording* dan *streaming*.

Proses pasca produksi pada model *recording*, terdiri dari proses *editing*, dan *publishing*. Adapun serangkaian proses yang dilakukan pada tahap pasca produksi yaitu sebagai berikut:

a. Editing

Proses *tapping* (merekam) yang sudah dilakukan pada tahap sebelumnya, kemudian diserahkan kepada editor video. Video-video yang sudah dihasilkan tersebut kemudian diedit dengan aplikasi oleh video, yaitu Adobe Premiere Pro. Dalam tahap ini juga, kemungkinan kesalahan yang bisa terjadi secara langsung didiskusikan dengan tim media. Proses ini terus berjalan hingga video benar-benar layak ditonton oleh khalayak luas.

b. Design Thumbnail

Agar video yang ditonton menarik perhatian, perwajahan pada tampilan awal video didesign dengan gambar ilustrasi dan judul yang menarik. Adapun standar design thumbnail yang dibuat oleh Bayt Al-Quran yaitu terdiri dari judul, foto dari nara sumber dan

foto ilustrasi yang menggambarkan tentang topik yang dibahas dalam video.

c. Membuat detail info video

singkat tentang topik yang dikaji termasuk hal yang penting dalam produksi konten video di Youtube. Deskripsi singkat tersebut berfungsi untuk membuat penonton tertarik untuk mencari tahu lebih dalam tentang topik yang sudah sepintas dideskripsikan pada kolom deskripsi.

d. Menjadwal waktu publikasi

Kajian-kajian yang ada di Bayt Al-Quran sudah memiliki waktu-waktu tersendiri dalam penayangannya. Seperti misalnya kajian tafsir Asy-Syarawi yang tayang setiap hari Sabtu pagi pukul 08.00 WIB dan kajian Akhlak Al-Al Quran setiap hari Minggu sore pukul 16.00 WIB.

e. Mempublikasikan melalui jaringan sosial media

Video yang sudah berhasil diunggah ke Youtube, kemudian link video dibagikan ke khalayak melalui platform media sosial lain yang dimiliki Bayt Al-Quran, yaitu Instagram, Facebook dan Whatsapp.

f. Merespon pertanyaan dan masukan

Tidak jarang, video yang sudah terdownload mendapat komentar dan saran dari khalayak. Beberapa komentar dan pertanyaan yang layak dijawab akan diberi balasan komentar.

g. Melakukan analisis konten dan evaluasi

Pola komunikasi yang terjadi di Bayt Al-Quran selalu terjalin dengan komunikatif. Diskusi-diskusi tentang berbagai kegiatan, kendala dan rencana rutin dilakukan baik secara formal dalam rapat maupun di luar rapat. Pola seperti ini menjadikan atmosfer komunikasi berjalan dengan hangat. Sehingga dalam mengevaluasi pada setiap program selalu berjalan dengan efektif.

Adapun proses pasca produksi pada model streaming, prosesnya tidak sepanjang proses pasca produksi pada

model *recording*. Proses pasca produksi ini sebagian besar dilakukan secara bersama-sama pada tahap pra produksi, yaitu design thumbnail dan membuat detail info video. Sedangkan proses pasca produksi model streaming juga dilakukan pada tahap produksi, yaitu penentuan waktu *streaming*, publikasi info ke media sosial lain dan merespon pertanyaan di kolom komentar oleh nara sumber.

Setiap produksi program atau konten media sosial memiliki berbagai faktor pendukung dan kendala dalam proses produksi. Begitu juga dengan proses produksi konten video keislaman Youtube Bayt Al-Quran. Faktor pendukung dan kendala setidaknya akan dialami oleh tim media pada tiga tahapan di atas.

Dari hasil wawancara penulis dengan tim media Bayt Al-Quran, penulis setidaknya menemukan beberapa faktor pendukung dalam proses produksi konten keislaman. *Pertama*, kemudahan komunikasi dengan menggunakan media *WhatsApp* dalam suatu grup. Media ini memberikan kemudahan ketika ada isu-isu baru di dunia media sosial, sehingga masing-masing tim bisa langsung bergerak. *Kedua*, ketersediaan fasilitas bagi setiap tim Bayt Al-Quran. Seperti, ketersediaan jaringan internet untuk memperlancar kinerja dan riset kecil materi kekinian di media sosial. Selain itu, Bayt Al-Quran juga memiliki studio rekaman untuk memproduksi konten keislaman berbasis video pendek tentang jawaban terhadap masalah-masalah keagamaan yang kekinian.

Meskipun begitu, Bayt Al-Quran dalam proses produksi masih memiliki faktor kendala yang dapat menghambat produktifitas produksi konten video keislaman. Salah satunya adalah minimnya *updating* informasi. Kendala tersebut ternyata menghambat

penelusuran materi akan dijadikan konten, meskipun masih memproduksi konten keislaman. Akhirnya, produksi konten keislaman yang dihasilkan tidak begitu banyak, padahal kompetisi media dakwah di dunia sosial media sangatlah ketat.

Selain itu, kendala lain yang ditemui di lapangan adalah minimnya sumber daya yang profesional dalam *media sosial management* menjadikan praktek dalam publikasi konten video keislaman Bayt Al-Quran di Youtube dilakukan secara otodidak. Sehingga, walaupun hampir setiap hari produksi konten video, jumlah khalayak yang menonton masih terbilang sedikit.

Ada juga kendala ketika pandemi tiba. Beberapa kajian diberhentikan untuk sementara waktu. Beberapa kajian lain pun beralih dari *streaming* menjadi *recording*. Imbas lain dari adanya pandemi juga berkurangnya aktifitas ibadah di masjid seperti salat dan kajian *offline*.

Kesimpulan

Dari paparan diatas, dapat disimpulkan bahwa Bayt Al-Quran sebagai organisasi dakwah menyuguhkan konten-konten bermuatan positif pada platform Youtube. Proses dalam membuat konten tersebut melalui beberapa tahapan dalam memproduksi konten video keislaman di Youtube agar sampai kepada pemirsa, Tim Media Bayt Al-Quran melakukan dua model. Yang pertama yaitu dengan model *recording*, cara ini dilakukan dengan merekam kajian atau tausyiah kemudian diolah dan diunggah pada waktu tertentu. Sedangkan model *streaming*, cara ini dilakukan dengan menyiarkan kajian secara langsung.

Pada tahap pra produksi persiapan yang dilakukan meliputi menentukan tema

kajian, membagikan info kajian, persiapan tempat dan alat. Pada tahap produksi meliputi editing pada model *recording* sedangkan pada model *streaming*, proses yang dilakukan yaitu menyiarkan secara langsung. Dan pada tahap pasca produksi, meliputi editing, design thumbnail, membuat detail info video, menjadwal waktu publikasi, mempublikasikan melalui jaringan sosial media (Facebook dan Instagram, merespon pertanyaan dan masukan dan melakukan analisis konten dan evaluasi.

Dalam produksi konten video keislaman Youtube Bayt Al-Quran, baik dengan model *streaming* maupun *recording* keduanya memiliki perbedaan dalam teknis pelaksanaannya. Namun walaupun demikian, keduanya tetaplah sama dalam menghasilkan produk dakwah digital agar pesan dakwah bisa sampai pada pemirsa Youtube dimanapun dan kapanpun.

Daftar Pustaka

- Ali, Atabik dan Zuhdi M. 1996. *Kamus Kontemporer Arab Indonesia*. Yogyakarta: Multi Karya Grafika.
- Arifin, H.M. 1994. *Psikologi Dakwah: Suatu Pengantar Studi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ashfahani, Raghieb. 2000. *al Mufradat fi Gharib al Qur'an*. Riyadh: Maktabah Nazar Musthofa Al-Baz.
- Bakar, Taqiyuddin Abu bin Muhammad. 2001. *Kifayatul Akhyar Fii Halli Ghayatil Ikhtisar*. Damaskus: Daarul Basya'ir.
- Branston, Gill dan Roy Stafford. 2003. *The Media Student's Book*. Canada: Routledge, 2003.
- Djuwaini, Dimyudin. 2008. *Pengantar Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Pelajar.

Faldiansyah, Iqram. 2011. *“Dakwah dan Lingkungan” dalam Imam Malik, dkk., Antologi Pemikiran Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Idea Press.

Fred Wibowo. 2007. *Tekhnik Produksi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.

Handoko, T.Hani. 1984. *Menejemen edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.

Heriyanto. 2006. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Diklat Ahli Multi Media MMTC

Mohyi, Ach. 1999. *Teori dan Perilaku Organisasi*. Malang: UMM Press.

Morissan. 2011. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana

Mushaf Famy bi Syauqin Al-Al Quran dan Terjemah . 2015. Tangerang Selatan: Forum Pelayan Al-Al Quran

Nazir, M. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia

Shihab, M. Quraish. 2009. *Tafsir Al-Misbah, Vol 4*. Tangerang Selatan: Lentera Hati

Shihab, M. Quraish. 2009. *Tafsir Al-Misbah, Vol 5*. Tangerang Selatan: Lentera Hati

Shihab, M. Quraish. 2013. *Al-Al Quran dan Maknanya*. Tangerang Selatan: Lentera Hati

Shihab, M. Quraish. 2020. *Kosakata Keagamaan*. Tangerang Selatan: Lentera Hati

Trisnawati, Ernie dan Kurniawan Saefullah. 2005. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.

Masjid Bayt Al-Quran. *Profil Masjid Bayt Al-Quran*. Diakses pada 2 November 2020, dari <https://baytalQuran.id/profil/>

Qur'an Kemenag. *Tafsir Q.S 2:25*. Diakses pada 8 Desember 2020, dari, <https://AlQuran.kemenag.go.id/sura/8>

Ramadhan, Ahmad Nuari. 2020. *Maraknya Penggunaan Media Sosial, Kominfo: Tidak Bisa Serta-Merta Memblokir*. Diakses pada 5 Desember 2020, dari <https://cirebon.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-04854412/maraknya-penggunaan-media-sosial-kominfo-tidak-bisa-serta-merta-memblokir>

Tesalonica. 2020. *Jumlah pengguna unik YouTube di Indonesia Capai 93 Juta*. Diakses pada 30 Oktober 2020, dari <https://www.tek.id/tek/jumlah-pengguna-unik-youtube-di-indonesia-capai-93-juta-b1ZT79iPE>