

**ANALISIS RESEPSI TOKOH AGAMA TENTANG DAKWAH DIGITAL  
INDONESIA TANPA PACARAN DAN NIKAH INSTITUTE DI INSTAGRAM**

**TESIS**



ZAHROTUL FARODIS DIANA

NIM : 203206070008

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
PASCASARJANA UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
DESEMBER 2022**

ANALISIS RESEPSI TOKOH AGAMA TENTANG DAKWAH DIGITAL  
INDONESIA TANPA PACARAN DAN NIKAH INSTITUTE DI INSTAGRAM

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Magister Sosial (M.Sos)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
Oleh  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
ZAHROTUL FARODIS DIANA  
NIM: 203206070008  
J E M B E R

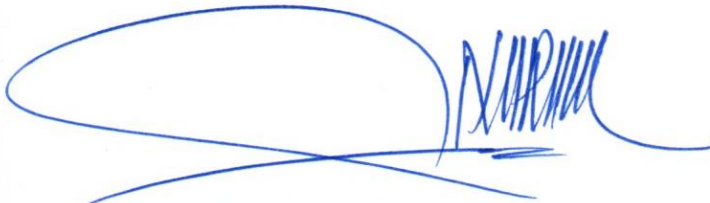
**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
PASCASARJANA UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
DESEMBER 2022**

## PERSETUJUAN

Tesis dengan judul “**Analisis Resepsi Tokoh Agama Tentang Dakwah Digital Indonesia Tanpa Pacaran dan Nikah Institute di Instagram**” yang ditulis oleh Zahrotul Farodis Diana ini, telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan dewan penguji tesis.

Jember, 27 Desember 2022

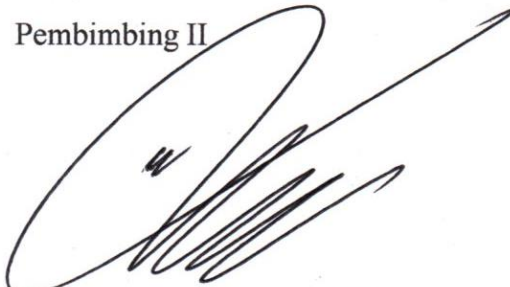
Pembimbing I



**Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si.**

NIP. 197509052005012003

Pembimbing II



**Dr. Kun Wazis, S. Sos., M.I.Kom.**

NIP. 197410032007101002

## PENGESAHAN

Tesis dengan judul “Analisis Resepsi Tokoh Agama Tentang Dakwah Digital Indonesia Tanpa Pacaran dan Nikah Institute di Instagram” yang ditulis oleh Zahrotul Farodis Diana ini, telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Tesis Pascasarjana UIN KH. Achmad Siddiq Jember pada hari Kamis tanggal 22 Desember 2022 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Sosial (M.Sos).

### DEWAN PENGUJI

1. Ketua Penguji : Dr. H. Syamsul Anam, S.Ag, M.Pd.

2. Anggota:

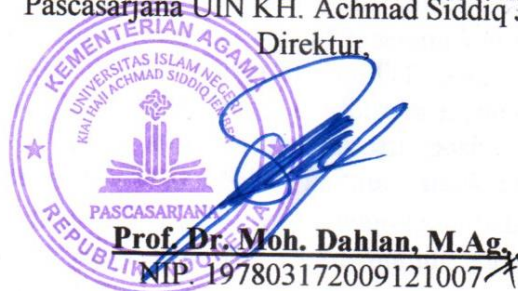
a. Penguji Utama: Dr. Ahmadiono, M.E.I.

b. Penguji I : Dr. Nurul Widyawati I.R., S.Sos, M.Si.

c. Penguji II : Dr. Kun Wazis, S.Sos, M.I.Kom.

Jember, 29 Desember 2022

Mengesahkan  
Pascasarjana UIN KH. Achmad Siddiq Jember  
Direktur.



## ABSTRAK

Diana, Zahrotul Farodis, 2022, Analisis Resepsi Tokoh Agama Tentang Dakwah Digital Indonesia Tanpa Pacaran Dan Nikah Institute di Instagram, Tesis Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN KH. Achmad Siddiq Jember

Kata Kunci: Resepsi, Dakwah Digital, Indonesia Tanpa Pacaran, Nikah Institute, Instagram

Dakwah di Instagram merupakan sebuah praktik dakwah digital. Pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah dilakukan oleh Indonesia Tanpa Pacaran dan Nikah Institute. Indonesia Tanpa Pacaran memiliki Visi menghapus pacaran di Indonesia pada tahun 2024. Namun, banyak kalangan dan pengkritisi yang memandang gerakan ini justru mendorong para muda-mudi untuk melangsungkan pernikahan dini tanpa persiapan. Berdasarkan keresahan tersebut, muncul Nikah Institute yang memiliki Visi membekali para calon pengantin agar dapat membangun rumah tangga yang baik. Dari fenomena ini, peneliti tertarik untuk menganalisis resepsi tokoh agama tentang dakwah digital keduanya.

Fokus penelitian meliputi: 1) Bagaimana pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tentang dakwah digital Indonesia Tanpa Pacaran di Instagram?; 2) Bagaimana pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tentang dakwah digital Nikah Institute di Instagram?.

Tujuan penelitian meliputi: 1) Untuk menganalisa pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tentang dakwah digital Indonesia Tanpa Pacaran di Instagram; 2) Untuk menganalisa pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tentang dakwah digital Nikah Institute di Instagram.

Metode penelitian meliputi: Pendekatan penelitian kualitatif dengan Metode penelitian studi kasus dan jenis penelitian lapangan (*field research*); Sumber data berasal dari akun Instagram objek yang dikaji serta wawancara mendalam kepada informan, yakni tokoh agama; Teknik pengumpulan data melalui pengamatan, wawancara, dokumen dan bahan audiovisual; Analisis data menggunakan teori analisis resepsi Stuart Hall; Keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber. Stuart Hall menjelaskan bahwa resepsi khalayak memiliki perhatian terhadap analisis dalam konteks sosial dan politik dimana isi media diproduksi (*encoding*), dan konsumsi isi media (*decoding*) dalam konteks kehidupan sehari-hari.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dua informan menempati posisi *dominan-hegemonik* terhadap wacana dakwah ITP, sedangkan tiga lainnya menempati posisi *negotiated-reading*. Lain halnya dengan ITP, dalam memahami dan memaknai wacana dakwah Nikah Institute, tiga informan menempati posisi *dominan-hegemonik*, sedangkan dua informan menempati posisi *negotiated-reading*. Dari kedua wacana dakwah ITP dan Nikah Institute, tidak ada informan yang menempati posisi *oppositional-reading*. Hal ini menunjukkan bahwa wacana dakwah ITP dan Nikah Institute dapat diterima secara umum, meski terdapat beberapa negosiasi dalam memaknainya.

## ABSTRACT

Diana, Zahrotul Farodis, 2022, Analysis of Religious Leaders Receptions About Digital Da'wah of Indonesia Tanpa Pacaran and Nikah Institute on Instagram. Thesis. Islamic Communication and Broadcasting Study Program State Islamic University Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Keywords: Reception, Digital Da'wah, Indonesia Tanpa Pacaran, Nikah Institute, Instagram

Da'wah on Instagram is a digital da'wah practice. Instagram are used as a propaganda medium by Indonesia Tanpa Pacaran and Nikah Institute. Indonesia Tanpa Pacaran has a Vision of eliminating dating in Indonesia by 2024. However, many circles and critics see this movement encouraging young people to enter early marriages without preparation. So due to this anxiety, the Nikah Institute emerged, which has the vision to equip prospective brides and grooms to build a good household. From this phenomenon, researchers are interested in analyzing the reception of religious leaders about their second digital da'wah.

The focus of the research includes: 1) What is the understanding and meaning of religious leaders about Indonesia's Without Dating digital da'wah on Instagram?; 2) What is the understanding and meaning of religious leaders about Marriage Institute digital da'wah without dating on Instagram?

The research objectives include 1) To analyze the understanding and meaning of religious leaders about Indonesia's without dating digital da'wah on Instagram; 2) To analyze the understanding and meaning of religious leaders about Marriage Institute digital da'wah on Instagram.

The research methods include: A qualitative research approach with case study research method and field research; Sources of data come from the Instagram account of the object being studied and in-depth interviews with informants, namely religious leaders; Data collection techniques through observation, interviews, documents, and audiovisual materials; Data analysis used Stuart Hall's reception analysis theory; The validity of the data is done by source triangulation. Stuart Hall explained that audience reception is concerned with analysis in the social and political context in which media content is produced (encoding) and consumption of media content (decoding) in everyday life.

The results of this study indicate that two informant occupies a dominant-hegemonic position regarding the Indonesia Tanpa Pacaran da'wah discourse, while the other three occupy a negotiated-reading position. It is different from Indonesia Tanpa Pacaran. In understanding and interpreting the Da'wah of Nikah Institute discourse, three informants occupy a dominant-hegemonic position, while two informant occupies a negotiated-reading position. From both Indonesia Tanpa Pacaran and Nikah Institute da'wah discourses, no informants held an oppositional-reading position. This shows that the discourse of Indonesia Tanpa Pacaran and Nikah Institute da'wah can be generally accepted, although there are some negotiations in interpreting it.



## ملخص البحث

ديانا، زهرة الفرادس، 2022. تحليل استقبال الزعماء الدينيين عن الدعوة الرقمية في إندونيسيا  
تانف فاجاران ونكاح إنستيتوت في انستغرام. فرضية بتخصص دراسة الاتصالية  
والنشر الإسلامي بجامعة كياهي حاج أحمد صديق الإسلامية الحكومية جمبر.

**الكلمات الرئيسية:** استقبال، والدعوة الرقمية، وإندونيسيا تانف فاجاران ونكاح إنستيتوت في  
انستغرام

إن الدعوة من خلال الإنستغرام هي ممارسة الدعوة الرقمية. واستخدام الإنستغرام  
كوسيلة الدعوة التي قام به حساب وإندونيسيا تانف فاجاران ونكاح إنستيتوت. كان إندونيسيا  
تانف فاجاران لديها رؤية لإزالة المواعيد في إندونيسيا بحلول عام 2024. ومع ذلك، يرى  
كثير من الناس والنقاد هذه الحركة على أنها في الواقع تشجيع الشباب على حمل الشباب إلى  
زواج مبكر بدون استعداد. وأساسا على هذا القلق، فظهر حساب نكاح إنستيتوت، الذي لديه  
رؤية لتزويد العرائس ليتمكنوا من بناء أسرة جيدة. إنطلاقا من هذه الخلفية، فأرادت الباحثة  
بتحليل استقبال قادة الدين عن هذه الدعوة الرقمية.

تركيز هذا البحث هو (1) كيف الفهم ومعنى من الزعماء الدينيين عن الدعوة الرقمية  
من إندونيسيا تانف فاجاران في انستغرام؟ و(2) كيف الفهم ومعنى من الزعماء الدينيين عن  
الدعوة الرقمية نكاح إنستيتوت في انستغرام؟

يهدف هذا البحث إلى: (1) تحليل الفهم ومعنى من الزعماء الدينيين عن الدعوة  
الرقمية إندونيسيا تانف فاجاران في انستغرام، و(2) تحليل الفهم ومعنى من الزعماء الدينيين  
عن الدعوة الرقمية نكاح إنستيتوت في انستغرام.

استخدمت الباحثة في هذا البحث المنهج الكيفي مع طريق البحث دراسة الحالة وأنواع  
البحث الميداني. وأما مصادر البيانات من حساب انستغرام وتم الدراسة والمقابلات المتعمقة  
مع المخبرين، أي قادة الدين؛ وطريقة جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات والوثائق  
والمواد السمعية والبصرية؛ استخدمت الباحثة تحليل البيانات بنظرية تحليل الاستقبالية لدى  
ستيوارت هول. وتم التحقق من صحة البيانات عن طريقة تثليث المصدر. وشرح ستيوارت  
هول أن استقبالية الجمهور يهتم بالتحليل في السياق الاجتماعي والسياسي الذي يتم فيه إنتاج  
محتوى الوسائط (الترميز) واستهلاك محتوى الوسائط (فك التشفير) في سياق الحياة اليومية.  
أما النتائج التي حصلت عليها الباحثة فهي: أن ثانی المخبرين يحتل موقعا مسيطرا في  
خطاب الدعوة الرقمية لدى إندونيسيا تانف فاجاران، بجانب آخر يحتل الثالث الآخرون موقع  
قراءة تفاوضية. يختلف الأمر مع إندونيسيا تانف فاجاران، في فهم وتفسير خطاب الدعوة  
لنكاح إنستيتوت، يحتل ثالث مخبرين موقعا مسيطرا، بينما ذلك يكون ثانی المخبرين موقع  
قراءة تفاوضية. ومن بين خطابي دعوة إندونيسيا تانف فاجاران ونكاح إنستيتوت في انستغرام،  
لم يكن هناك مخبرين يتخذون موقعا معارضا للقراءة. وهذا يدل على أن خطاب إندونيسيا تانف  
فاجاران ونكاح إنستيتوت في انستغرام يمكن قبوله بشكل عام، على الرغم من وجود بعض  
المفاوضات في تفسيره.

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*, segala puji syukur kepada Allah SWT, karena dengan segala anugerah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Sholawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW.

Tidak sedikit rintangan dan ujian yang penulis hadapi dalam penyusunan tesis ini. Namun selangkah demi selangkah, serta doa dan kemudahan yang Allah berikan, *alhamdulillah* kesulitan tersebut dapat teratasi.

Penulis menyadari tesis ini dapat terselesaikan karena banyak tangan yang membantu. Lewat kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E. M.M. selaku Rektor UIN KH. Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan izin dan bimbingan yang bermanfaat.
2. Prof. M. Dahlan, M.Ag. selaku Direktur Pascasarjana UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan izin dan bimbingan yang bermanfaat.
3. Dr. Kun Wazis, S.Sos. M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi KPI Pascasarjana UIN KH. Achmad Siddiq Jember sekaligus pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingannya dalam penyusunan tesis ini.
4. Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si., selaku pembimbing I yang telah memberikan semangat dan masukan-masukan di tengah-tengah kesibukan hingga bersedia membimbing penulis.



5. Segenap Dosen Pascasarjana UIN KH. Achamd Siddiq Jember yang telah memberikan ilmunya yang tidak akan habis dimakan waktu.
6. Seluruh Civitas Akademika UIN KH. Achamd Siddiq Jember yang rela membantu memfasilitasi kebutuhan penulis selama kuliah.
7. Suami penulis, Mokhammad Rohim, yang telah banyak membantu dan mendukung demi terselesaikannya tesis ini.
8. Putra pertama penulis, Labib 'Abqoriy Mafaza yang selalu mengajarkan arti kesabaran dalam setiap sikapnya.
9. Kedua orang tua, mertua, dan adik serta saudara yang senantiasa mendukung dan mendoakan demi terselesaikannya tesis ini.
10. Seluruh teman seangkatan dan pihak-pihak lain yang telah memberikan dukungannya pada penulis untuk menyelesaikan tesis ini.

Besar harapan penulis bahwa yang terdapat dalam penyusunan tesis ini bermanfaat bagi banyak pihak. Kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penyusunan tesis ini sangat penulis harapkan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Jember, 27 Desember 2022  
Penyusun,  
**ZAHROTUL FARODIS DIANA**  
NIM. 203206070008

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
ملخص البحث .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR PEDOMAN TRANLITERASI ARAB-LATIN.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	20
C. Tujuan Penelitian .....	20
D. Manfaat Penelitian .....	20
E. Definisi Istilah.....	21
F. Sistematika Penulisan .....	23
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	25
B. Kajian Teori .....	28
C. Kerangka Konseptual.....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	47
B. Lokasi Penelitian.....	49
C. Kehadiran Peneliti.....	50
D. Subjek dan Objek Penelitian .....	50
E. Sumber Data.....	53
F. Teknik Pengumpulan Data.....	54
G. Analisis Data .....	55
H. Keabsahaan Data.....	56
I. Tahap Penelitian.....	57

<b>BAB IV PAPARAN DATA DAN ANALISIS</b>	
A. Paparan Data dan Analisis .....	59
B. Temuan Penelitian.....	100
<b>BAB V PEMBAHASAN</b>	
A. Pemahaman dan Pemaknaan Tokoh Agama terhadap Dakwah Digital Indonesia Tanpa Pacaran .....	102
B. Pemahaman dan Pemaknaan Tokoh Agama terhadap Dakwah Digital Nikah Intitute .....	107
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	115
B. Saran.....	116
<b>DAFTAR RUJUKAN</b> .....	117
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pendukung Gerakan Dakwah ITP dan NI .....	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1 Profil Key Informan .....	51
Tabel 3.2 Profil Informan Tambahan.....	52
Tabel 4.1 Posisi Resepsi Tokoh Agama tentang Dakwah Digital ITP di Instagram.....	73
Tabel 4.2 Posisi Resepsi Tokoh Agama tentang Dakwah Digital NI di Instagram.....	97
Tabel 4.3 Temuan Lapangan.....	100



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Video hasil Liputan BBC World tentang ITP di Twitter .....	10
Gambar 4.1 Screenshoot Video Dakwah ITP .....	60
Gambar 4.2 Screenshoot Video Dakwah ITP .....	61
Gambar 4.3 Gambar Kutipan Tokoh Agama di Instagram ITP .....	63
Gambar 4.4 Gambar Unggahan NI Tentang Pasangan .....	78
Gambar 4.5 Gambar Unggahan NI Tentang Pernikahan .....	82
Gambar 4.6 Gambar Unggahan NI Kutipan Tokoh .....	86
Gambar 5.2 Alur Komunikasi Stuart Hall Terhadap Teks Dakwah ITP ...	105
Gambar 5.2 Alur Komunikasi Stuart Hall Terhadap Teks Dakwah NI .....	112



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Sistem transliterasi Arab-Indonesia yang dijadikan Pedoman dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

No.	Arab	Indonesia	Keterangan	Arab	Indonesia	Keterangan
1.	ا	‘	Koma di atas	ط	ṭ	te dengan titik di bawah
2.	ب	b	be	ظ	z	zed
3.	ت	t	te	ع	‘	koma di atas terbalik
4.	ث	th	te ha	غ	gh	ge ha
5.	ج	j	je	ف	f	ef
6.	ح	ḥ	ha dengan titik di bawah	ق	q	qi
7.	خ	kh	ka ha	ك	k	ka
8.	د	d	de	ل	l	el
9.	ذ	dh	de ha	م	m	em
10.	ر	r	er	ن	n	en
11.	ز	z	zed	و	w	we
12.	س	s	es	ه	h	ha
13.	ش	sh	es ha	ء	‘	koma di atas
14.	ص	ṣ	es dengan titik di bawah	ي	y	ye
15.	ض	ḍ	de dengan titik di bawah			

Sumber: Kate L. Turabian, *A Manual of Writers of Term Papers, Theses, and Dissertations* (Chicago and London: The University of Chicago Press, 1987)

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang (*madd*), maka caranya dengan menuliskan coretan horizontal (*macron*) di atas huruf, seperti ā, ī, dan ū (ا, ي, و). Bunyi hidup dobel (*diphthong*) Arab ditransliterasikan dengan menggabung dua huruf “ay” dan “aw”, seperti *layyinah*, *lawwamah*. Kata yang berakhiran tā’ marbūṭah dan berfungsi sebagai ṣifah (*modifier*) atau muḍāf ilayh ditransliterasikan dengan “ah”, sedangkan yang berfungsi sebagai muḍāf ditransliterasikan dengan “at”. Seperti tulisan transliterasi dari (صفة المرأة) menjadi *ṣifat al-marah*.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Dalam Islam, dakwah ialah tugas suci yang harus diemban setiap Muslim di mana pun keberadaannya, sebagaimana yang telah difirmankan Allah di dalam Al-Quran dan Sunnah Rasulullah. Kewajiban dakwah yaitu menyerukan dan menyampaikan agama Islam kepada masyarakat luas.<sup>1</sup> Proses dalam dakwah selalu berkesinambungan, artinya dakwah merupakan proses yang tidak dilakukan secara kebetulan, akan tetapi benar-benar terencana dan dievaluasi secara terus menerus oleh pengembang dakwah dalam rangka mengubah perilaku sasaran dakwah sesuai dengan tujuan-tujuan yang telah direncanakan atau dirumuskan.<sup>2</sup>

Dalam kerangka kegiatan multidialogis, dakwah dapat berperan sebagai proses interaksi umat Islam dengan keseluruhan umat manusia, suatu interaksi yang memiliki tujuan untuk memperkenalkan nilai-nilai dan konsep-konsep Islami secara lebih operasional serta mengupayakan realisasinya dalam kehidupan umat manusia dalam segala aspek, baik pada tingkat individu maupun komunitas.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 240-241.

<sup>2</sup> Didin Hafidhuddin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani, 1998), 77.

<sup>3</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan dan Aplikasi*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2012), 61.

Mengutip pendapat Abu al-Fath al-Bayanuni bahwa setiap Muslim dianjurkan berdakwah berdasarkan firman Allah dalam al-Qur'an Surat Fushshilat ayat 33:<sup>4</sup>

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

“Dan siapakah yang lebih baik perkataannya dari pada orang yang menyeru kepada Allah dan mengerjakan kebajikan dan berkata, “Sungguh, aku termasuk orang-orang muslim (yang berserah diri)?”

Kesimpulan atas anjuran dakwah tersebut, ia rangkum berdasarkan pendapat para ulama yang terbagi menjadi dua, sebagian menyatakan bahwa dakwah adalah wajib *'ain* bagi setiap orang Islam, sebagian lainnya mengatakan bahwa dakwah wajib *kifāyah* dengan pedomannya masing-masing yang sesuai dalam Al-Qur'an dan Sabda Rasulullah SAW. Hal tersebut berdasarkan pertimbangan berikut:<sup>5</sup>

1. Ulama yang berpendapat dakwah adalah wajib *'ain* dan ulama yang berpendapat bahwa dakwah adalah wajib *kifāyah* bersepakat, *amar ma'rūf nahī munkar* hukumnya wajib.
2. Mereka yang menyatakan hukum *amar ma'rūf nahī munkar* sebagai wajib *kifāyah* bersepakat dengan pihak lain bahwa apabila kewajiban tidak terpenuhi dengan semestinya, maka kewajiban dan dosa Muslim lainnya tidak gugur. Jika kewajiban tidak terpenuhi, maka semua berdosa.

---

<sup>4</sup> Abu al-Fath al-Bayanuni, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*, terj. Masturi Ilham & Muhammad Malik Supar, (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2021), 31.

<sup>5</sup> Abu al-Fath al-Bayanuni, *Pengantar Studi Ilmu...*, 31.

3. Mereka yang menyatakan wajib *'ain* membatasi kewajiban tersebut dengan kemampuan. Bagi yang tidak memahami hukum kemungkaran, maka tidak diwajibkan dakwah baginya. Begitu juga dengan orang yang tidak mampu melakukan perubahan pada kemungkaran yang telah meluas, maka kewajibannya gugur. Jika kewajiban ini tidak dapat terpenuhi, maka tidak seorang pun yang berdosa.
4. Jika kewajiban gugur karena ada terdapat orang kompeten yang melakukannya, maka yang tersisa adalah sunnah untuk berdakwah.

Sejalan dengan dinamika perkembangan zaman yang dapat dilihat dari kecanggihan teknologi komunikasi dan informasi, aktivitas dakwah memiliki tantangan tersendiri untuk selalu berkembang. Dakwah merupakan suatu aktivitas yang bersifat dinamis dalam merespon berbagai permasalahan kehidupan masyarakat.<sup>6</sup> Peralihan masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern, menimbulkan berbagai wacana modernitas dalam setiap lini kehidupan. Seluruh aspek saling berlomba untuk menjadi modern sebagai sebuah tindakan "*melek*" teknologi, sehingga bisa menjadi seseorang atau kelompok adaptif dengan peradaban modern.<sup>7</sup>

Dakwah pada era digital ditandai dengan ekspresi keagamaan yang merepresentasikan tentang Islam dalam ruang digital. Aktivisme dakwah meliputi konteks komunikasi keagamaan yang dimediasi oleh fitur-fitur internet

---

<sup>6</sup> Amrullah Achmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: Prima Duta, 1983), 2.

<sup>7</sup> Aris Saefulloh, "Cyberdakwah Sebagai Media Alternatif Dakwah", *Jurnal Islamica*, Vol. 7 No. 01 (September, 2012), 140.

sebagai medium komunikasi, gerakan-gerakan sosial keagamaan yang muncul melalui gerakan-gerakan keagamaan dan upaya-upaya sistematis untuk memfasilitasi interaksi dakwah yang dilakukan secara *online* dalam ruang digital.<sup>8</sup>

Dalam era modern, dakwah harus disesuaikan dengan kondisi dan keadaan masyarakat, baik dari segi metode, materi dan media yang akan digunakan untuk berdakwah. Demi mencapai tujuan dakwah yang efektif, da'i hendaknya seseorang yang berpengetahuan dan berwawasan luas, menyampaikan materi dakwah terbaru dengan menerapkan metode yang tepat dan relevan, jua memanfaatkan media komunikasi yang sesuai dengan kemajuan masyarakat modern saat ini.<sup>9</sup>

Mengutip pendapat Fahul Wahid, perbedaan antara dakwah konvensional dengan dakwah digital terletak pada keahlian da'i. Pada dakwah konvensional hanya diperlukan keahlian "pengetahuan agama". Namun bagi dakwah digital, da'i perlu menguasai pengetahuan teknologi informasi. Pengertian da'i dalam dakwah digital mengalami perluasan makna, bukan sekadar orang yang memiliki pengetahuan agama, orang yang membantu menyampaikan (memiliki kemampuan teknologi komunikasi) juga dapat

---

<sup>8</sup> Minan Jauhari, "Aktivisme Dakwah Siber Di Tengah Konvergensi Media Digital", *Dakwatuna : Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 7 No. 2 (Agustus 2021), 218.

<sup>9</sup> Puput Puji Lestari, "Dakwah Digital untuk Generasi Milenial", *Jurnal Dakwah:Media dan Komunikasi Dakwah*, Vol. 21 No. 01 (Tahun 2020), 45.

dibilang da'i, konteks ini mengartikan teknologi informasi sebagai penyambung lidah da'i.<sup>10</sup>

Sejatinya, banyak metode yang dapat diterapkan oleh da'i di media sosial, bukan hanya *bil-kitābah* ataupun *bil-kalām*, akan tetapi juga dapat menggunakan metode audiovisual, gambar, suara ataupun ceramah. Hal ini bergantung pada *passion* atau *trend* masa kini.<sup>11</sup> Dakwah di era digital tidak lagi menjadi kendali seorang ulama. Kapan dan di mana saja serta dengan berbagai cara orang dapat belajar agama Islam. Masyarakat dapat memanfaatkan *gadget*, bahkan internet sebagai media yang cukup mudah dan praktis untuk mempelajari berbagai persoalan keagamaan, dari masalah-masalah ringan seputar ibadah sampai dengan persoalan yang pelik sekali pun, setiap orang bebas mengaksesnya.<sup>12</sup>

Memasuki era digital, sasaran dakwah harus dirumuskan agar dakwah dapat dilakukan secara efisien, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan. Klasifikasi sasaran dakwah bisa dirumuskan berdasarkan usia, tingkat pendidikan, tingkat sosial ekonomi, pekerjaan, tempat tinggal, dan lain sebagainya.<sup>13</sup> Dakwah di era digital tidak dapat mengesampingkan peran objek. Jika dakwah konvensional hanya disiarkan pada acara pengajian, hajatan,

---

<sup>10</sup> Salman Yoga S, "Dakwah di Internet: Konsep Ideal, Kondisi Objektif dan Prospeknya", *Jurnal Al-Bayan*, Vol. 22 No. 31, (Januari - Juni 2015), 65.

<sup>11</sup> Adi Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital", *Jurnal Islam Nusantara*, Vol. 3 No. 2 (Juli – Desember, 2019), 342.

<sup>12</sup> Abdul Ghofur, "Dakwah Islam di Era Milenial", *Dakwatuna : Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 5 No. 2(Agustus 2019), 136.

<sup>13</sup> Hafidhuddin, *Dakwah*, 79.

*haflah* (perayaan) dengan bertatap muka tanpa mempertimbangkan target utama audiens-nya, maka saat ini mempertimbangkan objek dan sasaran dakwah menjadi poin utama yang harus diperhatikan.<sup>14</sup> Karena dalam media digital, melalui aneka ragam media sosial, seseorang dapat menjadi produsen sekaligus konsumen informasi.<sup>15</sup>

Menurut sebuah survei, dalam setiap tahun penggunaan internet Indonesia mengalami peningkatan. Kompas.com melansir, pengguna internet Indonesia pada awal 2022 mencapai 210 juta jiwa, mayoritas pengguna mengakses internet lewat ponsel untuk membuka media sosial. Dalam laporan Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) dengan judul “Profil Internet Indonesia 2022”, tertulis bahwa kenaikan pengguna internet Indonesia itu dari total jumlah penduduk Indonesia yang diestimasikan mencapai 272,68 juta jiwa. Artinya, angka penetrasi internet di Indonesia pada periode 2021 sampai kuartal I-2022 mencapai 77,02 persen.<sup>16</sup>

Data Indonesia melansir, Instagram adalah salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia. Menurut We Are Social, pada April 2022 pengguna aktif bulanan Instagram di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang, terutama di kalangan dewasa muda. Jumlah aktif pengguna Instagram bulanan

---

<sup>14</sup> Alhimni Fahma dan Mohammad Darwis, “Eksistensi Para “Gus” di *Instagram*: Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru di Era Digital, *Dakwatuna : Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 6 No. 2 (Agustus 2020), 143.

<sup>15</sup> Rio Febrianur Rahman, “Menelaah Riuh Budaya Masyarakat di Dunia Maya”, *Jurnal Studi Komunikasi*, Vol. 1 No. 2 (Juli 2017), 211.

<sup>16</sup> Riyanto, GP. *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 210 Juta pada 2022*. Kompas.com, 10 Juni 2022.



di Indonesia sebanyak 99,9 juta orang, hal tersebut menempatkan Indonesia pada urutan keempat di dunia setelah Brasil, Amerika Serikat dan India.<sup>17</sup>

Indonesia Tanpa Pacaran (ITP)<sup>18</sup> termasuk gerakan dakwah yang memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah. Pada tahun 2018 gerakan ini ramai diperbincangkan. ITP yang digagas oleh La Ode Munafar ini awalnya hanya mengajak pemuda-pemudi Indonesia agar pantang berpacaran sampai halal dengan materi yang diberikan lewat *talkshow* ataupun membuat grup di *Facebook* ataupun membagikan kutipan Islami di akun Instagramnya dengan tidak berbayar. Seiring berjalannya waktu, gerakan ini menetapkan biaya pendaftaran untuk perorangan yang ingin menjadi anggota ITP, dengan fasilitas buku karya La Ode Munafar, kartu anggota dan aksesoris-aksesoris yang bertemakan ITP, dengan dalih uang yang telah masuk sebagai biaya pendaftaran akan sepenuhnya dipergunakan sebagai modal dalam keperluan berdakwah.<sup>19</sup>

Sejatinya, banyak gerakan dakwah yang serupa dengan ITP. Jika dilakukan pencarian di Instagram dengan kata kunci “pacaran”, kurang lebih ada sembilan gerakan dakwah yang memiliki visi serupa, antara lain @taaruf.khitbah.nikah.id, @ujianpernikahan, @pacaranituharam, @islamtanpapacaran, @taarufindonesiaku, @menikahtanpapacaran, @pacaran\_dosa\_besar, @stop\_pacaran\_zina dan @mahasiswi\_tanpapacaran.

---

<sup>17</sup> Monavia Ayu Rizaty, *Pengguna Instagram Terbanyak Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*, dataindonesia.id 3 Agustus 2022.

<sup>18</sup> Selanjutnya dalam penelitian ini akan disebut ITP

<sup>19</sup> Reja Hidayat & Nindias Nur Khalika, *Bisnis dan Kontroversi Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran*, tirta.id 28 Mei 2018.

Sedangkan pencarian dengan kata kunci “jomblo”, menghasilkan empat temuan gerakan dakwah, antara lain @dakwahjomblo, @jofisah.id, @jomblo.santri\_ dan @jomblofisabilillah.<sup>20</sup>

Dari ketiga belas gerakan dakwah selain ITP, pengikut Instagram terbanyak sejumlah 623 ribu dengan jumlah postingan 6.101. Masih jauh dibandingkan dengan ITP yang memiliki 886 ribu pengikut dengan 39,6 ribu postingan. Selain itu, ITP merupakan satu-satunya gerakan dakwah yang banyak menuai kontroversi dibandingkan gerakan dakwah lain yang bervisi sama. Jika melakukan pencarian dengan kata kunci “Indonesia Tanpa Pacaran”, maka setidaknya akan ditemukan lebih dari 30 judul berita dari sudut pandang yang hampir sama, yakni kontroversi ITP dalam mendorong para remaja untuk menikah muda ataupun ITP yang menjalankan bisnis kapital berbalut dakwah.<sup>21</sup>

Gerakan ITP seolah hadir untuk menjawab kesendirian para jomblo di luar sana. Di mana para jomblo pada kehidupan nyata sering mengalami *bullying* (perisakan) dari teman-teman sepermainannya. Komunitas yang menggunakan brand ‘Indonesia’ ini seolah menjadikan dirinya sebagai komunitas para jomblo yang berjenjang Nasional di Indonesia.<sup>22</sup>

Gerakan ITP yang digagas oleh La Ode Munafar didirikan pada 7 September 2015 lantaran ia sering menjadi tempat curhat teman-temannya yang

---

<sup>20</sup> Observasi Maret-Agustus 2022, bukti *screenshot* hasil pencarian akan dilampirkan pada Lampiran a1

<sup>21</sup> Observasi Maret-Agustus 2022, bukti *screenshot* hasil pencarian akan dilampirkan pada Lampiran a2

<sup>22</sup> Anik Setyaningrum, *Usaha Menghargai Jomblo ala Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran*, mojak.co 28 November 2018.

galau perihal pacaran. Ia mengaku menggunakan pendekatan agama karena Indonesia adalah negara dengan mayoritas umat Muslim. Ia bahkan mendorong Majelis Ulama Indonesia untuk mengeluarkan fatwa haram pacaran.<sup>23</sup>

Dalam sebuah unggahan Instagram, ITP mengatakan, pendaftaran untuk menjadi anggota resmi ITP dikenakan biaya 198.000 dengan fasilitas grup WA resmi yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, sebuah buku karya La Ode Munafar, kartu keanggotaan, stiker dan gantungan kunci ITP. Unggahan tersebut juga mencantumkan format pendaftaran anggota ITP beserta nomor yang harus dihubungi untuk mendaftar.<sup>24</sup>

BBC World meliput kegiatan ITP saat menyuarakan penghapusan Pacaran di Indonesia pada Februari 2020. Kegiatan peliputan ini diunggah pada platform Twitter berbentuk video. Video tersebut diawali dengan seorang perempuan yang memutuskan pacarnya, kemudian dilanjutkan dengan penuturan La Ode Munafar yang ingin membebaskan Indonesia dari Pacaran pada tahun 2024.<sup>25</sup>

Selain itu, video tersebut juga berisi tentang pengalaman salah satu anggota ITP yang diputuskan calon tunangannya. Pengalamannya soal pacaran yang dilalui dengan kencan dan berpegangan tangan, membuatnya memilih gerakan ITP dan memutuskan untuk ta'aruf tanpa pacaran. Dalam video tersebut, saat diwawancari, La Ode Munafar mengungkapkan bahwa ia

---

<sup>23</sup> *Indonesia Tanpa Pacaran Berpandangan Sempit?*, bbc.com 16 Agustus 2016 baca juga Indiana Malia, *Bom Waktu dari Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran*, idntimes.com 21 April 2018 .

<sup>24</sup> Unggahan Instagram ITP, 20 Desember 2016.

<sup>25</sup> Resty Woro Yuniar, Twitter 29 April 2020.

mendukung laki-laki dan perempuan untuk menikah bagi yang sudah *balligh* dan siap memenuhi tugasnya sebaga suami atau pun isteri, kendati umurnya masih 12 tahun, padahal di Indonesia saat itu (2020) kelegalan menikah adalah di usia 19 tahun.<sup>26</sup>

### Gambar 1.1 Video hasil Liputan BBC World tentang ITP di Twitter



#### Sumber: Akun Twitter Resty Woro Yuniar pada 29 April 2020

Pada akhir video tersebut, terdapat komentar dari Dhyta dan Arum, aktivis feminis. Mereka mengatakan, bahwa ITP fasis, mereka mengacuhkan fakta bahwa Indonesia merupakan negara yang terdiri dari berbagai macam agama, suku, adat-istiadat dan budaya yang tidak dapat dipukul rata dengan

<sup>26</sup> Resty Woro Yuniar, Twitter 29 April 2020.

ajaran agama Islam. Pernikahan di bawah umur juga tidak baik, selain mental dan psikologi remaja yang belum siap untuk menjalani pernikahan, pun tubuh mereka juga belum siap atas aktivitas tersebut. Jadi mereka menilai, visi ITP yang menghapus pacaran di tahun 2024 tidak akan dapat terwujud.<sup>27</sup>

Kontroversi ITP yang seolah mengajak generasi muda untuk meninggalkan pacaran dan menyegerakan menikah muda membuat seorang alumni pesantren, Khasbi Faqih resah sehingga ia mendirikan Nikah Institute (NI).<sup>28</sup> Selain NI, terdapat banyak kelas pra nikah *online* atau gerakan dakwah tentang pernikahan yang bisa kita temukan di Instagram, antara lain @nikahbarokah, @taaruf\_nikah, @naseehaproject, @nikahbutuhilmu, @nikah\_suci, @nikah\_sakinah, @kelaspra\_nikah\_id, @kulwappra\_nikahbylaksmi dan @kelasonlinepernikahan.<sup>29</sup>

Meski banyak dakwah pernikahan yang serupa, akan tetapi aktivitas dakwah bertema kelas pernikahan yang secara langsung menyinggung gerakan ITP atas dorongannya untuk menikah muda adalah NI. Mengutip dari Disway.id, NI ini muncul karena keresahan Khasbi Faqih atas kampanye besar yang dilakukan oleh ITP. Ia khawatir, para pelaku ITP yang melakukan pernikahan tanpa melakukan proses pacaran akan kekurangan bekal dalam menjalani kehidupan berumah tangga nantinya. Atas keresahannya tersebut,

---

<sup>27</sup> Resty Woro Yuniar, Twitter 29 April 2020.

<sup>28</sup> Selanjutnya dalam penelitian ini akan disebut NI

<sup>29</sup> Berdasarkan observasi, Nikah Institute merupakan bentuk dakwah berbasis kelas pra nikah yang banyak diberitakan oleh media online. Bukti *screenshot* hasil pencarian akan dilampirkan pada Lampiran a3

Khasbi bersama tim ingin membekalinya dengan ilmu yang sesuai dan tepat lewat NI.<sup>30</sup>

Berbeda dengan ITP yang tidak memiliki kelas *online* yang spesifik, NI justru memiliki beberapa kelas pernikahan *online* yang terbagi menjadi tiga macam, yaitu kelas intensif satu bulan, kelas terapan dan seminar.<sup>31</sup> Berdasarkan observasi peneliti selama Maret - Agustus 2022, dapat dilampirkan tabel berupa data pendukung sebagai bentuk perbandingan antara ITP dan NI.

**Tabel 1.1 Data Pendukung Indonesia Tanpa Pacaran dan Nikah Institute**

No	Data	Indonesia Tanpa Pacaran	Nikah Institute
1	Pendiri	La Ode Munafar	Khasbi Faqih & Nurul Hidayati
2	Logo	 <p>Filosofi :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Warna Putih pada Telapak Tangan: Kombinasi warna merah dan putih menunjukkan identitas bangsa Indonesia dengan budaya yang santun.</li> <li>2. Ilustrasi Telapak Tangan: penolakan terhadap suatu tindakan yaitu pacaran.</li> <li>3. Ilustrasi Setengah Hati: diibaratkan dengan cinta</li> </ol>	 <p>Filosofi:</p> <p>Logo resmi tersebut didesain oleh Muhammad Bisri Musthofa bin KH. Musthofa Bisri (Gus Mus), pengasuh dari pesantren Raudlatut Thalibin, Rembang. Warna toska dari logo yang bertuliskan Nikah memiliki makna keseimbangan emosional, stabilitas,</p>

<sup>30</sup> Dahlan Iskan, *Gerakan Nikah*, disway.id 23 November 2019.

<sup>31</sup> Hilight Instagram Nikah Institute.



		<p>yang tidak utuh yaitu pacaran.</p> <p>4. Warna Merah pada Ilustrasi Setengah Hati: ketegasan gerakan ini sebagai bentuk keseriusan dalam usaha mencegah dampak buruh dari pacaran.</p> <p>5. Arti Font yang digunakan: membangun generasi muda yang tegas tetapi tetap mengikuti jaman.</p> <p>6. Warna Hitam pada Font: generasi muda harus bisa terlihat menjadi yang terdepan untuk membawa perubahan.</p>	ketenangan dan juga kesabaran.
3	Waktu dibentuk	7 September 2015	21 November 2018
4	Alasan dibentuk	Keresahan atas hal-hal negatif yang diakibatkan dari budaya rusak pacaran	Keresahan atas gerakan ITP yang mendorong untuk menikah muda dan kurang dalam memberikan literasi tentang dinamika pernikahan yang pasti memunculkan berbagai konflik dalam rumah tangga
5	Tujuan dibentuk	Mewujudkan Indonesia bebas pacaran pada tahun 2024 agar tidak ada lagi korban akibat pergaulan bebas dari budaya rusak pacaran	Mewujudkan pribadi yang lebih bijak dalam mengatasi permasalahan dan ketidakseimbangan dalam rumah tangga
6	Jumlah <i>Followers</i> Instagram	886 ribu pengikut	52,9 ribu pengikut
7	Biaya keanggotaan atau kelas <i>online</i>	Rp. 198.000 yang dibayar secara kontan (tidak dicicil) dan tidak ada klasifikasi kelas, hanya dibedakan dalam grup <i>WhatsApp</i> laki-laki dan perempuan	<p>1. Kelas Intensif 1 Bulan:</p> <p>1.) Kelas Terapan “Ngaji Nikah Intensive Ramadhan; Temukan Makna Gapai Sakinah</p> <p>2.) Kelas Single to Couple to Parent</p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>3.) Kelas Pra nikah Keluarga Cerdas dan Berdaya</li> <li>4.) Kelas Pernikahan Minim Drama (PMD)</li> <li>5.) Kelas Parenting Together (PT)</li> <li>6.) Kelas Pra nikah Intermediate “Bersiap Menuju Pernikahan”</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>2. Kelas Terapan <ul style="list-style-type: none"> <li>1.) Kelas Terapan Berdamai dengan Masa Lalu</li> <li>2.) Kelas Terapan 1001 Hitam Putih Pernikahan</li> <li>3.) Kelas Terapan “Ngaji Nikah Ramadhan; Nikah Meraih Berkah atau Bahagia?”</li> </ul> </li> <li>3. Seminar <ul style="list-style-type: none"> <li>1.) Kelas STMJ (Seni dan Tatacra Menjemput Jodoh)</li> <li>2.) Kelas Pengendalian Emosi dan Spiritual Saat Jatuh Cinta dan Patah Hati</li> <li>3.) Kelas Seminar “Starting Marriage Life: Piawai Menjalani Peran Baru pada Awal Pernikahan</li> <li>4.) Kelas Seminar “Talk about Ghosting: Ubah Mellow Jadi Sellow”</li> </ul> </li> </ul>
8	Isu dominan selama Maret-Agustus	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Dakwah tentang pacaran</li> <li>2. Dakwah lain (selain pacaran)</li> <li>3. Kutipan-kutipan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Hubungan pasangan</li> <li>2. Pernikahan</li> <li>3. Kutipan Tokoh</li> </ul>

9	Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Buku</li> <li>2. Hijab</li> <li>3. Topi</li> <li>4. Gantungan kunci</li> <li>5. Kaos</li> <li>6. Jaket</li> <li>7. Aksesoris</li> </ol> <p>Dengan informasi, semuanya dijual dengan bebas untuk pembiayaan dakwah ITP.</p>	Buku-buku pernikahan yang dikhususkan untuk alumni dan buku yang dijual bebas
---	--------	--	---

**Sumber : Diolah oleh Peneliti berdasarkan observasi Maret-Agustus 2022**

Selain data pendukung yang telah dihimpun di atas, keduanya memiliki intensitas yang berbeda dalam mengunggah wacana dakwah di Instagram. ITP cenderung lebih banyak mengunggah postingan di Instagram, sedangkan NI cenderung lebih sedikit. Terhitung selama Maret - Agustus 2022 ITP telah mengunggah teks dakwah sebanyak 294, 51 postingan diantaranya berbentuk video, sedangkan 243 lainnya berupa gambar. Sedangkan NI mengunggah teks dakwah sejumlah 33 postingan saja, 10 diantaranya berupa video dan 23 lainnya berupa meme atau gambar.<sup>32</sup>

Isu dominan ITP selama Maret - Agustus 2022 antara lain dakwah tentang pacaran, dakwah (selain pacaran) dan *quote* (kutipan) dari beberapa tokoh ataupun yang ditulis oleh ITP sendiri. Sedangkan NI memiliki isu dominan tentang pasangan, pernikahan dan *quote* (kutipan) tokoh. Jika diamati secara sederhana, keduanya memiliki perbedaan yang menonjol dalam mengunggah teks dakwah di Instagram. Mulai dari desain hingga *caption* (keterangan) gambar keduanya memiliki ciri khas tersendiri. Secara teks,

---

<sup>32</sup> Observasi Maret-Agustus 2022

keduanya telah menampilkan ciri-ciri sebagai identitas masing-masing untuk menyebarkan wacananya. Berdasarkan observasi awal peneliti terhadap Instagram ITP dan NI, ditemukan bahwa keduanya merepresentasikan wacana secara subjektif. Hal ini bisa jadi karena keduanya berebut wacana publik untuk mendakwahkan subjektivitas masing-masing.<sup>33</sup>

Ciri khas yang berbeda antara keduanya kemungkinan akan menimbulkan pemaknaan yang berbeda pula terhadap para pembacanya. Salah satu standar indikator khalayak media dengan menggunakan *reception analysis* (analisis resepsi), yang mana analisis ini mencoba menyajikan sebuah makna atas pemahaman teks media (cetak, elektronik, internet) dengan memahami karakter teks media yang dibaca oleh khalayak. Konsep terpenting dari analisis resepsi adalah bahwa makna diciptakan karena menonton atau membaca dan memproses teks media.<sup>34</sup>

Salah satu penggagas analisis resepsi terhadap teks media adalah Stuart Hall. Seperti dikutip dalam Baran, Stuart Hall mengungkapkan bahwa riset khalayak memiliki perhatian langsung terhadap : (a) *encoding*, analisis dalam konteks sosial dan politik dimana isi media diproduksi; dan (b) *decoding*, konsumsi isi media dalam konteks kehidupan sehari-hari. Fokus analisis resepsi adalah perhatian individu dalam proses komunikasi massa (*decoding*), yaitu

---

<sup>33</sup> Observasi Maret-Agustus 2022

<sup>34</sup> Ido Prijana Hadi, "Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis", *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA*, Vol. 2, No.1 (Januari 2009), 2.

pada proses pemaknaan dan pemahaman secara mendalam atas teks media, dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media.<sup>35</sup>

Berdasarkan pemahaman pada definisi di atas, maka pesan dapat memiliki makna berbeda jika dipahami oleh individu yang berbeda. Dalam penelitian ini, penulis memilih beberapa tokoh agama dari latar belakang yang berbeda untuk memahami teks dakwah ITP dan NI di Instagram selama bulan Maret-Agustus 2022. Salah satu faktor pemilihan tokoh agama sebagai subjek penelitian tesi ini ialah peran tokoh agama yang masih dianggap penting dalam memberikan pengaruh pada kehidupan masyarakat dari segala aspek kehidupan. Seperti halnya ungkapan Peter L. Berger bahwa tokoh agama berusaha memahami nilai-nilai keagamaan kemudian disosialisasikan kepada masyarakat, dengan peran ini tokoh agama berposisi sebagai agen sosialisasi.<sup>36</sup>

Peran penting tokoh agama dalam mensosialisasikan paham-paham keagamaan telah berlangsung sejak lama, yaitu sejak zaman pra-kemerdekaan hingga masa era digital sekarang ini. Tokoh agama yang mempunyai karisma sering menjadi sorotan, baik tindakan, ucapan dan perilakunya dapat dengan mudah tersebar dan diterima oleh masyarakat yang menjadi pengikutnya serta mayoritas di Indonesia. Terlebih pada era digital ini, kemudahan penyebaran informasi lebih terasa dengan adanya media *online* berbasis internet. Dengan

---

<sup>35</sup> Stanley J Baran, *Mass Communication Theory; Foundations, Ferments, And Future*, 3rd edition (Belmon CA: Thomson, 2003), 269-270.

<sup>36</sup> Peter L. Berger & Thomas Luckman, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, (London: Penguin Books, 1991), 77.

kemudahan ini, dapat meningkatkan pengaruh dan peran tokoh masyarakat dalam mengontrol perubahan sosial-keagamaan.<sup>37</sup>

Dengan fakta bahwa tokoh agama dipandang sebagai pengontrol perubahan sosial-agama, penulis merasa perlu bahwa tokoh agama harus mengetahui perkembangan dakwah digital yang terjadi saat ini. ITP dan NI merupakan salah satu aktivitas dakwah di era digital yang memanfaatkan media digital, oleh karena itu penulis ingin mendeskripsikan pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tentang kedua aktivitas dakwah ini yang berlangsung di Instagram, sebagai bentuk bahwa tokoh agama juga menyadari bahwa arus dakwah telah merambah dunia digital dan tidak bisa dielakkan. Di mana ungkapan-ungkapan pemahaman dan pemaknaan tokoh agama juga akan memberikan pengaruh atau dampak kepada masyarakat terkait perubahan sosial-keagamaan.

Subjek penelitian tesis ini ialah tokoh agama dari berbagai unsur organisasi masyarakat terbesar di Indonesia yang diyakini memiliki latar belakang berbeda, hal ini dilakukan agar tercipta berbagai dimensi pemahaman dan pemaknaan dengan pemikiran yang beragam. Unsur-unsur tokoh agama dalam penelitian ini antara lain tokoh agama dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Nahdlatul Ulama, Muhammadiyah dan tokoh agama dari perhimpunan Al-Irsyad Al-Islamiyah,

---

<sup>37</sup> Muchammadun Muchammadun, Sri Hartini Rachmad, Dendi Handiyatmo, Ayesha Tantriana, Eka Rumanitha, Zaenudin Amrulloh, "Peran Tokoh Agama dalam Menangani Penyebaran Covid-19", *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama dan Lintas Budaya*, Vol. 5 No. 1, (2021), 88.

Keempat organisasi tersebut sebagaimana diketahui, memiliki tujuan, visi, misi dan karakteristiknya masing-masing. MUI merupakan organisasi masyarakat yang dilahirkan oleh para ulama, zuama (pimpinan organisasi) dan cendekiawan muslim yang tumbuh berkembang di kalangan umat Islam.<sup>38</sup> Kemudian Nahdlatul Ulama (NU) adalah sebuah organisasi terbesar di Indonesia yang berdiri pada 16 Rajab 1344 Hijriyah bertepatan dengan 31 Januari 1926 Masehi, prinsip dasar NU dirumuskan dalam kitab Qanun Asasi dan kitab I'tiqad Ahlussunnah Wal Jamaah yang dijadikan dasar dalam rujukan warga NU dalam berpikir dan bertindak dalam bidang sosial, keagamaan dan politik.<sup>39</sup>

Muhammadiyah adalah organisasi besar Indonesia yang lahir pada 8 Dzulhijjah Hijriyah bertepatan dengan 18 November 1912 Masehi, Muhammadiyah bertugas menyebarkan ajaran Islam yang berkemajuan dan dicirikan dengan gerakan tajdid.<sup>40</sup> Terakhir, Al-Irsyad Al-Islamiyah merupakan perhimpunan yang berdiri pada 15 Syawwal 1332 Hijriyah bertepatan dengan 6 September 1914 Masehi, sifatnya yaitu perhimpunan yang berakidah Islamiyyah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat di bidang pendidikan, pengajaran serta sosial dan dakwah bertingkat nasional.<sup>41</sup> Berdasarkan perbedaan prinsip dalam menyampaikan dakwah, maka kelima tokoh agama dari organisasi yang berbeda ini akan menginterpretasi makna

---

<sup>38</sup> Muhammad Idris, *MUI Termasuk Lembaga Negara atau Ormas?*, kompas.com, 14 Maret 2022

<sup>39</sup> NU Online, *Sejarah*, nu.or.id.

<sup>40</sup> Aan Ardianto, *Apakah Muhammadiyah itu?*, muhammadiyah.or.id, 1 tahun yang lalu.

<sup>41</sup> Admin, *Sejarah Al-Irsyad*, 19 Juli 2017.

unggahan dakwah ITP dan NI yang bervariasi sehingga menetapkan kelimanya dalam posisi resepsi yang telah dirumuskan dalam Analisis Resepsi Stuart Hall.

## **B. Fokus Penelitian**

Berangkat dari konteks penelitian di atas, maka fokus penelitian dalam tesis ini yang akan dibahas adalah :

1. Bagaimana pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tentang dakwah digital Indonesia Tanpa Pacaran di Instagram?
2. Bagaimana pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tentang dakwah digital Nikah Institute di Instagram?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian dalam tesis ini adalah :

1. Untuk menganalisa pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tentang dakwah digital Indonesia Tanpa Pacaran di Instagram
2. Untuk menganalisa pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tentang dakwah digital Nikah Institute di Instagram

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Manfaat yang bersifat teori:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan kajian Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam analisis



resepsi wacana dakwah di media sosial, serta memberikan pandangan baru tentang analisis resepsi sebagai sebuah metode penelitian dalam analisis interpretasi khlayak terhadap teks dakwah di media sosial.

2. Manfaat yang bersifat praktis:
  - a. Bagi peneliti hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan pembelajaran dan pengetahuan agar bisa lebih memahami tentang dinamika keilmuan dakwah di masa mendatang.
  - b. Bagi objek penelitian yakni ITP dan NI hasil penelitian ini diharapkan menjadi inspirasi bagi keduanya untuk meningkatkan aktivitas dakwah di era digital agar tujuan dakwah semakin dikenal luas dan tepat sasaran.
  - c. Bagi masyarakat umum khususnya mahasiswa dan mahasiswi penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan pemahaman tentang perkembangan dakwah di Indonesia, khususnya tentang aktivitas dakwah digital.

## **E. Definisi Istilah**

### **1. Analisis Resepsi**

Analisis Resepsi adalah sebuah teori penelitian untuk menganalisa proses pemahaman dan pemaknaan khlayak terhadap sebuah teks media. Penelitian ini menggunakan Analisis Resepsi Stuart Hall dengan tujuan untuk mendeskripsikan pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tentang dakwah digital ITP dan NI.

## **2. Tokoh Agama**

Tokoh agama yang dimaksud adalah seseorang yang memiliki jabatan pada tataran organisasi kemasyarakatan yang telah lama didirikan di Indonesia dan memiliki ideologi atau ciri khas dalam menyampaikan dakwah, serta tokoh agama yang juga memiliki peran memberikan perubahan dalam kehidupan masyarakat pada ranah sosial-keagamaan.

## **3. Dakwah Digital**

Dakwah merupakan sebuah aktivitas amar ma'ruf nahi munkar. Kemudian digital ialah era dimana marak gempuran teknologi yang semakin menjamah dan menguasai hampir di setiap aspek kehidupan. Begitu pula dengan dakwah, tidak lagi hanya dilakukan dengan metode tradisional seperti muballigh dahulu, akan tetapi telah banyak dilakukan secara digital dengan memanfaatkan teknologi media sosial untuk menjangkau berbagai kalangan yang melek teknologi masa kini.

## **4. Indonesia Tanpa Pacaran**

Indonesia Pacaran (ITP) merupakan gerakan dakwah yang digagas oleh La Ode Munafar pada 7 September 2015. Gerakan ini konsisten untuk mengunggah konten-konten larangan berpacaran di beberapa platform media sosial miliknya. Gerakan ini bertujuan untuk mewujudkan Indonesia bebas pacaran di tahun 2024.

## **5. Nikah Institute**

Nikah Institute merupakan sebuah kelas pernikahan yang didirikan oleh pasangan suami isteri Khasbi Faqih dan Nurul Hidayati pada 21 November 2018. Nikah Institute memberikan kelas-kelas online tentang pernikahan sesuai dengan ajaran Islam dan ilmu-ilmu modern lain yang berkesinambungan, dengan harapan ke depan akan tercipta pernikahan yang saling berbagi peran dan minim drama.

## **6. Instagram**

Instagram merupakan media sosial yang berfungsi untuk komunikasi dan interaksi secara virtual. Instagram memungkinkan setiap orang untuk menjadi produsen atau konsumen teks. Penelitian ini dilakukan secara virtual dengan mengamati dakwah digital ITP dan NI di Instagram. Pemilihan media Instagram berdasarkan pada survei pengguna Instagram yang semakin meningkat pada setiap tahunnya.

Dari berbagai definisi istilah di atas dapat dikatakan bahwa “Analisis Resepsi Tokoh Agama tentang Dakwah Digital Indonesia Tanpa Pacaran dan Nikah Institute di Instagram” adalah mengamati, meneliti dan menganalisa pemahaman dan pemaknaan tokoh agama terhadap dakwah digital ITP dan NI di Instagram dengan teori analisis resepsi Stuart Hall.

## **F. Sistematika Penulisan**

Dengan tujuan untuk memperoleh gambaran jelas terhadap penelitian yang dilakukan, maka peneliti akan menguraikan sistematika penulisan dalam penelitian ini secara global sebagai berikut:

**BAB I** : Pendahuluan yang berisikan konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika penulisan

**BAB II** : Kajian Pustaka yang berisikan penelitian terdahulu dan kajian teori

**BAB III** : Metode penelitian yang berisikan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahapan penelitian

**BAB IV** : Paparan data dan analisis yang berisikan tentang data yang ditemukan di lapangan dan analisis terkait data yang telah ditemukan sesuai dengan fokus penelitian.

**BAB V** : Pembahasan yang berisikan penjabaran dan analisis serta relevansi teori yang sesuai dengan fokus penelitian.

**BAB VI** : Penutup merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	<b>Yasyva Agfa Nizar, 2022,</b> “Analisis Resepsi pengurus Sie Kerohanian Islam SMA Negeri Se-Sidoarjo kota tentang Dakwah Digital Habib Husein Ja’far Al Hadar di channel YouTube Pemuda Tersesat (Tesis UIN Sunan Ampel Surabaya)”	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keenam informan yang dipilih pada penelitian tersebut teridentifikasi sebagai khalayak dominan dan sepuluh informan lainnya teridentifikasi sebagai khalayak negosiasi. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa pemahaman dan pemaknaan informan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti keluarga, teman dan media sosial.	Perbedaan terdapat pada objek penelitian. Penelitian ini memilih objek dakwah digital Habib Husein Ja’far Al Hadar di channel Youtube Pemuda Tersesat.	Persamaan terdapat pada teori analisis. Penelitian ini memakai teori Analisis Resepsi Stuart Hall.
2	<b>Krisna Octavianus Dwiputra, 2021,</b> “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com (Jurnal Komunikasi Profesional Vol 5 No 1)”	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa posisi khalayak mayoritas dalam posisi negosiasi. Posisi ini mengartikan khalayak mungkin menyalahartikan beberapa bagian pesan dan cukup memahami apa yang disampaikan oleh Klikdokter.com.	Perbedaan terdapat pada objek penelitian. Objek penelitian ini adalah pemberitaan Covid-19 di klikdokter.com	Persamaan terdapat pada teori analisis. Penelitian ini memakai teori analisis <i>encoding</i> dan <i>decoding</i> Stuart Hall.
3	<b>Sri Hesti Meilasari dan Umaimah</b>	Hasil penelitian ini adalah posisi khalayak yang terbagi menjadi	Perbedaan terdapat pada objek	Persamaan terdapat pada teori

	<b>Wahid, 2020,</b> “Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan pada Iklan Wardah <i>Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color”</i> (Jurnal Komunikasi Vol 11 No 1)”	dua, yaitu posisi dominan dan posisi negosiasi. Menurut peneliti, kemungkinan terjadinya dua posisi tersebut karena sasaran pasar Wardah <i>Cosmetics</i> cukup jelas, yaitu perempuan, khususnya Muslimah.	penelitian. Objek penelitian ini ialah pesan iklan Wardah <i>Cosmetics</i> .	analisis. Penelitian ini memakai teori analisis resepsi Stuart Hall.
4	<b>Mega Pertiwi, Ida Ria’eni dan Ahmad Yusron 2020</b> “Analisis Resepsi Interpretasi Penonton terhadap Konflik Keluarga dalam Film “Dua Garis Biru” (Jurnal Ilmu Audiens Vol 1 No 1)”	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa informan menginterpretasikan tentang film Dua Garis Biru pada adegan konflik pertama dan kedua didominasi oleh posisi dominan. Sedangkan pada adegan konflik ketiga didominasi oleh posisi oposisi.	Perbedaan terdapat pada objek penelitian. Objek penelitian ini ialah konflik keluarga dalam film “Dua Garis Biru”.	Persamaan terdapat pada teori analisis. Penelitian ini memakai teori analisis resepsi Stuart Hall.
5	<b>Dinar Ayu Chandra Agustin, 2019,</b> “Analisis Resepsi Warga Nahdlatul Ulama Tentang Program Kiswah Interaktif di TV9 Nusantara (Tesis UIN Sunan Ampel Surabaya)”	Hasil penelitian ini khalayak terkategori menjadi 3 posisi. Pertama, posisi negoisasi, Kedua, posisi hegemoni Ketiga, posisi oposisi. Ini artinya masing-masing informan dalam penelitian ini memiliki pemahaman dan pemaknaan yang berbeda-beda.	Perbedaan terdapat pada objek penelitian. Objek penelitian ini adalah program Kiswah Interaktif TV9	Persamaan terdapat pada teori analisis. Penelitian ini memakai teori Analisis Resepsi Stuart Hall.
6	<b>M. Latiful Hanan Mustajab, 2018,</b> “Analisis Resepsi Remaja Islam Surabaya Tentang Meme Islam di	Hasil penelitian ini yaitu sebagian besar Informan berada pada posisi dominan-hegemonik. Kemudian beberapa informan pada posisi negoisasi. Dan beberapa	Perbedaan terdapat pada objek penelitian. Objek penelitian ini ialah Meme	Persamaan terdapat pada teori analisis. Penelitian ini memakai teori

	Media Sosial (Tesis UIN Sunan Ampel Surabaya)”	lainnya pada posisi oposisi. Penempatan tersebut berdasarkan pemahaman dan pemaknaan yang diberikan oleh informan.	Islam di Media Sosial.	analisis resepsi Stuart Hall.
7	<b>Fahmi Muhammad Fadhel, 2018,</b> “Analisis Resepsi Iklan Layanan Masyarakat Versi “Boleh Gaul Tapi Ingat Sopan Santun” Pada Mahasiswa KPI UIN Sunan Ampel Surabaya (Tesis UIN Sunan Ampel Surabaya)”	Hasil penelitian ini menunjukkan, dua belas narasumber sebagai khalayak dominan, lima narasumber sebagai khalayak negosiasi, dan satu narasumber sebagai khalayak oposisi. Penempatan tersebut berdasarkan pemahaman dan pemaknaan yang diberikan oleh informan.	Perbedaan terdapat pada objek penelitian. Objek penelitian ini yaitu iklan layanan masyarakat versi “Boleh Gaul Tapi Ingat Sopan Santun”.	Persamaan ialah teori analisis. Penelitian ini memakai teori analisis resepsi Stuart Hall.
8	<b>Sely Tan dan Yuri Alfrin Aladdin, 2018,</b> “Analisis Resepsi Pembaca Tribunnews.com Dari Kalangan Mahasiswa/i Universitas Indonesia Terhadap Insiden “Kartu Kuning” Ketua BEM UI (Jurnal Semiotika Vol 12 NO 1)”	Hasil penelitian ini adalah dua narasumber berada dalam posisi dominan, satu narasumber berada dalam posisi negosiasi dan tiga narasumber berada dalam posisi oposisi. Perbedaan pemahaman dan pemaknaan dari narasumber tersebut disebabkan oleh berbagai faktor, yaitu pengalaman dan latar belakang yang berbeda-beda.	Perbedaan terdapat pada objek penelitian. Objek penelitian ini adalah berita insiden kartu kuning Ketua BEM U di Tribunnews.com.	Persamaan terdapat pada teori analisis. Penelitian ini memakai teori Analisis Resepsi Stuart Hall.
9	<b>Ahmad Toni dan Dwi Fajariko, 2017,</b> “Studi Resepsi Mahasiswa Broadcasting Universitas Mercu Buana	Hasil penelitian ini adalah pemaknaan yang diungkapkan setiap informan bervariasi. Hal tersebut dipengaruhi oleh lingkungan sosial, interpretasi dan latar	Perbedaan terdapat pada objek penelitian. Objek penelitian ini adalah film <i>journalism</i>	Persamaan terdapat pada teori analisis. Penelitian ini memakai teori Analisis

	pada Film <i>Journalism “Kill The Messenger”</i> (Analisis Wacana Model Sara Mills) (Jurnal Komunikasi Vol 9 No 2)”	belakang pendidikan dari narasumber. Banyak narasumber berada pada posisi dominan, karena menurut mayoritas narasumber penyajian soal keberanian dan kejujuran jurnalis dalam film <i>“Kill The Messenger”</i> telah sesuai dengan sikap jurnalis.	<i>“Kill The Messenger”</i> .	Resepsi Stuart Hall.
10	<b>Uswatun Nisa, 2017</b> “Studi Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Syariat Islam pada Kompas.com (Jurnal Komunikasi Global Vol 6 No 1)”	Hasil penelitian ini adalah posisi khalayak yang paling banyak adalah posisi oposisi, lalu posisi negosiasi, dan sangat minim informan yang berada di posisi dominan. Perbedaan interpretasi tersebut dipengaruhi oleh faktor sosiologis, psikologis, dan media habit.	Perbedaan terdapat pada objek penelitian. Objek dalam penelitian ini ialah pemberitaan syariat Islam pada Kompas.com.	Persamaan terdapat pada teori analisis. Penelitian ini memakai teori Analisis Resepsi Stuart Hall.

**Sumber : Diolah oleh Peneliti selama Maret-Agustus 2022**

Tujuan dirumuskannya penelitian terdahulu ini adalah sebagai referensi dalam penelitian. Selain itu, dengan daftar penelitian terdahulu ini penulis setidaknya ingin menyampaikan bahwa penelitian ini belum pernah dilakukan.

## B. Kajian Teori

Dalam bab ini juga berisi pembahasan berbagai teori terkait yang dijadikan sebagai pijakan dalam penelitian. Pembahasan teori yang terkait dengan fokus penelitian dengan lebih menyeluruh dan mendalam akan lebih menambah pengetahuan peneliti untuk menganalisa permasalahan yang hendak



dibahas sesuai dengan fokus penelitian yang telah disusun, maka dari itu peneliti akan memaparkan teori sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian.

### 1. Analisis Resepsi Stuart Hall

Resepsi memiliki banyak arti antara lain penerimaan, reaksi, dan sikap pembaca terhadap suatu teks. Istilah resepsi berasal dari bahasa latin yaitu *resipere* dan bahasa inggris *reception* yang berarti penerimaan atau penyambutan oleh khalayak. Dalam makna yang lebih luas, resepsi didefinisikan sebagai proses pengolahan teks, pemaknaan terhadap teks sehingga dapat memberikan respon terhadap teks yang dipahami.<sup>42</sup>

Makna yang dihasilkan tiap khalayak tidak mungkin sama. Fokus analisis resepsi adalah perhatian individu dalam proses komunikasi massa (*decoding*), yaitu pada proses pemahaman dan pemaknaan individu yang mendalam atas teks media.<sup>43</sup> Analisis resepsi juga dikenal sebagai studi penerimaan yang memiliki fokus tentang beragamnya khalayak menginterpretasi suatu konten. Ciri utama dalam analisis ini adalah fokus pada isi teks.<sup>44</sup>

Abrams menyebutkan, ada empat komponen dalam sebuah karya atau teks. Pertama, *work* atau karya (teks/wacana). Kedua, *artist* atau produsen karya. Ketiga, *nature/universe* (semesta teks) yang terdiri dari

<sup>42</sup> Nyoman Kutha Ratna, *Penelitian Sastra: Teori, Metode, dan Teknik*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 166-167.

<sup>43</sup> Ido Prijana Hadi, *Penelitian Khalayak...*, 3.

<sup>44</sup> Stanley J Baran & Dennis K Davis, *Teori Komunikasi Massa: Dasar Pergolakan dan Masa Depan*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 302.

segala jenis tindakan, ide, perasaan, materi-materi dan peristiwa, atau hal-hal yang sangat sensitif yang memengaruhi sebuah karya. Keempat, *audience* ialah orang-orang yang menonton, membaca, atau mendengar karya.<sup>45</sup>

Secara metodologi, *reception analysis* termasuk dalam paradigma interpretif konstruktivis, yang mana menurut Neuman pendekatan interpretif “*is the systematic analysis of socially meaningful action through the direct detailed observation of people in natural settings in order to arrive at understandings and interpretations of how people create and maintain their worlds*”.<sup>46</sup> Itu berarti, pendekatan interpretif merupakan analisis sistematis dari tindakan yang bermakna sosial melalui pengamatan langsung secara teliti pada individu-individu dalam kehidupannya hingga pada titik mereka dapat memahami dan mengkonstruksikan makna sesuai dengan pengalaman kehidupannya.

Analisis resepsi memiliki asumsi dasar yaitu konsep khalayak aktif. Analisis resepsi menempatkan khalayak tidak sekadar penerima isi teks media, namun juga sebagai unsur yang aktif untuk menciptakan maknanya sendiri. Khalayak ditempatkan sebagai bagian dari *interpretive communitive* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak

---

<sup>45</sup> M. H. Abrams, *The Mirror and The Lamp: Romantic Theory and The Critical Tradition*, (USA: Oxford University Press, 1971), .16

<sup>46</sup> W. Lawrence Neuman, *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, (Needham Height MA : Allyn & Bacon, 2000), 71.

sekadar menjadi individu pasif yang hanya menerima makna yang diproduksi media massa begitu saja.<sup>47</sup>

Analisis resepsi juga memiliki pemahaman bahwa tiap individu memiliki identitas ganda (*multiple subject identities*), yang dengan sadar atau tidak dikonstruksi dan dipelihara, di dalamnya termasuk umur, ras, gender, kebangsaan, etnisitas, orientasi seksualitas, kepercayaan agama, dan kelas.<sup>48</sup> Stuart Hall mengkritik bahwa dalam komunikasi itu tidak bersifat linier, akan tetapi terdapat perputaran di dalamnya. Semasa ini mayoritas masyarakat memahami bahwa alur komunikasi berupa *sender-message-receiver*, Stuart Hall memberikan penawaran sebuah skema baru dari alur komunikasi yang dinamakan *circuit*. Stuart Hall merumuskan empat langkah alur komunikasi, sebagaimana yang dapat dijelaskan berikut ini:<sup>49</sup>

a.) *Production*

Produksi adalah sebuah proses ketika isi pesan (*encoding*) berperan.

Dengan mengambil ideologi dominan masyarakat, produsen pesan meneruskan kepercayaan dan nilai dalam masyarakat.

b.) *Circulation*

Sirkulasi merupakan proses teks media yang ditampilkan memengaruhi penerimaan khalayak dan bagaimana audiens mencerna pesan itu.

<sup>47</sup> Dennis Mc.Quail, *Audience Analysis*, (London: Sage Publication, 1997), 16.

<sup>48</sup> Ido Prajana Hadi, *Penelitian Khalayak...*, 5.

<sup>49</sup> Sely Tan dan Yuri Alfin Aladdin, "Analisis Resepsi Pembaca Tribunnews.com dari Kalangan Mahasiswa/i Universitas Indonesia Terhadap Insiden "Kartu Kuning" Ketua BEM UI", dalam *Jurnal Semiotika*, Vol 12 No 01, (2018), 65.

c.) *Use (Consumption / Understanding)*

Proses interpretasi isi pesan yang memerlukan penerima atau khalayak aktif. Proses ini adalah proses yang kompleks dari pemahaman khalayak.

d.) *Reproduction*

Reproduksi adalah proses khalayak memberikan makna dari sebuah pesan dengan caranya sendiri berdasarkan pengalaman dan kepercayaannya. Reaksi khalayak saat menerima (memahami dan memaknai) pesan adalah rangkaian langkah-langkah reproduksi.

Stuart Hall menjelaskan bahwa resepsi khalayak mempunyai perhatian langsung pada: analisis dalam konteks sosial dan politik dimana isi media diproduksi (*encoding*), dan konsumsi isi media (*decoding*) dalam konteks kehidupan sehari-hari. Fokusnya ialah perhatian khalayak dalam proses komunikasi massa (*decoding*), yakni pada proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam pada teks media, dan bagaimana khalayak menginterpretasikan teks media. Artinya, seseorang dapat secara aktif menginterpretasikan teks media dengan cara memberikan pemaknaan melalui pemahaman dan pengalamannya sesuai dengan yang dilihatnya dalam kehidupan sehari-hari.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Hadi, *Penelitian Khalayak...*, 3.

Dalam teori analisis resepsi Stuart Hall, terdapat tiga kategori khalayak dalam memahami dan memaknai pesan dalam teks media, antara lain:<sup>51</sup>

- a.) Posisi hegemonik-dominan (*dominant-hegemonic reading*): pembaca sejalan dengan makna yang disajikan dan diinginkan oleh produsen teks.
- b.) Posisi negosiasi (*Negotiated reading*): pembaca dalam beberapa batas tertentu sejalan dengan makna yang disajikan produsen teks, namun memodifikasikannya dengan sedemikian rupa sehingga bisa mencerminkan posisi dan minat pribadinya.
- c.) Posisi oposisional (*Opositional 'counter' hegemonic reading*): pembaca tidak sejalan dan menolak makna yang diciptakan produsen teks, lalu menentukan pemahaman dan pemaknaannya sendiri di dalam menginterpretasikan pesan.

Terdapat tiga elemen pokok dalam metodologi resepsi, yaitu “*the collection* (pengumpulan), *analysis* (analisis), *and interpretation of reception data* (interpretasi resepsi data)”.<sup>52</sup>

- a.) Pengumpulan data (*the collection of data*)

Sebuah proses pengumpulan data yang dapat diperoleh dengan wawancara secara mendalam, baik wawancara pada narasumber

<sup>51</sup> Stuart Hall, “Encoding/Decoding” dalam Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andres Lowe dan Paul Willis (eds.), *Budaya Media Bahasa : Teks Utama Pencanang Cultural Studies 1972-1979*, terj. Saleh Rahmana, (Yogyakarta : Jalasutra, 2011), 227-230.

<sup>52</sup> Klaus Bruhn Jensen, “Media Audience. Reception Analysis; mass communication as the social production of meanin”, Dalam Klaus Bruhn Jensen and Jankowski, W Nicholas, *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication*, (London: Rotledge, 2002), 139-140.

individu ataupun kelompok. Dalam analisis resepsi, wawancara dilakukan untuk mengetahui sejauh mana sebuah teks media dapat memengaruhi pemahaman dan pemaknaan khalayak.

b.) Analisis data (*data analysis*)

Data yang telah diperoleh melalui proses wawancara pada khalayak kemudian dianalisis. Untuk mempermudah dalam menganalisis, data dapat dikelompokkan sesuai kategorinya.

c.) Interpretasi resepsi data (*interpretation of reception data*)

Dalam tahap interpretasi data peneliti melakukan interpretasi pada pengalaman bermedia khalayak untuk mendapatkan pola penerimaan terhadap pesan.

## 2. Dakwah Digital

Para ahli mendefinisikan dakwah sebagai bentuk ajakan ke jalan Allah. Dakwah adalah kegiatan untuk memengaruhi umat manusia supaya masuk ke jalan Allah SWT.<sup>53</sup> Dakwah memiliki sasaran *fardiyah* atau *jama'ah*. Dalam konteks dakwah Islah, term *amar ma'ruf nahi munkar* secara lengkap ada dalam Al-Qur'an, Surah Ali Imran, ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh pada yang ma'ruf dan mencegah yang mungkar; mereka itulah orang-orang yang beruntung.”

<sup>53</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 15.

Ayat di atas memuat beberapa esensi dakwah yaitu, *Pertama*, “hendaklah di antara kamu sekelompok umat”. *Kedua*, yang tugasnya mengimbuu pada kebajikan. *Ketiga*, yaitu memerintahkan pada hal yang *ma'ruf* dan mencegah pada hal yang *munkar*. *Keempat*, merekalah orang-orang yang berjaya.<sup>54</sup>

Terdapat dua komponen dakwah yang tidak bisa dipisahkan, tapi dapat dibedakan, yaitu terkait isi dan bentuk, substansi dan forma, pesan dan cara penyampaian, esensi dan metode. Dakwah tentu mengandung keduanya sekaligus yang tidak bisa dipisahkan, dan seluruhnya memiliki dimensi universal yang tidak terikat oleh ruang dan waktu. Dalam hal ini, substansi dakwah adalah pesan keagamaan.<sup>55</sup>

Perkembangan teknologi di era milenial melahirkan sebuah fenomena yang menarik dalam kehidupan bermasyarakat, antara lain maraknya budaya global dan masyarakat cenderung bergantung pada media. Pada era milenial dakwah harus bisa memanfaatkan teknologi yang berkembang dengan baik. saat ini, peran media sangat penting dan dapat dikatakan memiliki posisi yang strategis dalam upaya penyampaian dakwah. Dengan media baru yang telah berkembang, masyarakat bisa memperoleh informasi dengan cepat tanpa ada batas ruang dan waktu.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup> Ilaihi, *Komunikasi...*, 15.

<sup>55</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi...*, 17.

<sup>56</sup> Reza Mardiana, “Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial”, *Jurnal Komunida : Media Komunikasi dan Dakwah*, Vol 10 No 02 (Desember, 2020), 149-150.

Bentuk dakwah pada era sekarang berbeda dengan praktik dakwah di masa lalu. Memasuki era *new media*, generasi milenial bisa mempraktikkan bentuk dakwah digital. Dakwah digital merupakan bentuk penyebarluasan ajaran Islam melalui media berkembang. Praktik dakwah seperti ini dapat diakses kapanpun dan di manapun. Hal tersebut beriringan dengan karakteristik masyarakat milenial yang sangat akrab dengan *gadget*. Salah satu penyebabnya adalah adanya media sosial. Media sosial adalah aplikasi berbasis internet (*media online*) dengan fungsi menghubungkan antar pengguna untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.<sup>57</sup>

Fakhruroji mengelompokkan media dalam aktivitas dakwah digital dalam lima kategori besar, yaitu.<sup>58</sup>

a.) Portal Islam

Portal Islam yaitu situs dengan fitur beragam informasi dan bernuansa keislaman. Karakteristik situs portal Islam antara lain informasi keislaman, berita dunia Islam, pembahasan atau pembelajaran Al-Qur'an secara *online*, dialog interaktif dengan pakar Islam, serta layanan lain yang sesuai dengan kajian keislaman.

b.) Media Sosial Islam

Salah satu media sosial yang diaplikasikan oleh mayoritas masyarakat ialah Facebook. Situs jejaring sosial ini dengan cepat menjelma menjadi

<sup>57</sup> Reza Mardiana, *Daya Tarik Dakwah...*, 150.

<sup>58</sup> Moch Fakhruji, *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019), 198-215



media sosial yang memediasi pertemanan *online* berbasis komunitas. Peluang ini memunculkan komunitas-komunitas Islam dan dakwah yang dapat dijadikan sebagai wahana interaksi umat Islam dalam konteks global. Melalui grup atau komunitas, umat Islam melakukan aktivitas dakwah.

c.) Berbagi File

Bentuk lain dari aktivisme dakwah di internet ialah *file-sharing* dalam berbagai macam format, mulai dari dokumen, video, audio, bahkan *software* Islami. Dalam konteks Islam, terdapat *IslamicTube.com* yang hampir menyerupai *Youtube*, ini merupakan sebuah situs yang tergolong *video sharing*. *IslamicTube.com* didirikan pada Desember 2007 oleh Murad Ibn Murad, seorang muslim berkebangsaan Bangladesh yang tinggal di Dubai. *IslamicTube.com* menawarkan alternatif untuk berbagi video-video Islam yang relevan dengan umat Islam dan nonmuslim di seluruh dunia.

d.) *Chat* Islam

*Chat* Islam yang dimaksud di sini adalah sebuah fitur chat berbasis web yang memang diperuntukkan khusus memperbincangkan tema-tema keislaman. Salah satu situs yang secara khusus menyediakan layanan *chat* Islam adalah *ChatIslamOnline.org*. Selain menyediakan saluran untuk konsultasi, situs ini juga memuat ajaran mendasar tentang Islam.

#### e.) Aplikasi Islam

Secara umum, aplikasi Islam dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar. Pertama, kelompok aplikasi Islam berbasis web yang dapat diunduh secara gratis di beberapa situs tertentu dan dioperasikan melalui PC atau notebook. Kedua, aplikasi Islam berbasis *PlayStore* untuk *Android* atau *AppleStore* untuk *iOS*, yang dapat diunduh kemudian digunakan melalui *smartphone*.

Seiring dengan berkembangnya media dakwah, metode dakwah harus mengikuti arus zaman yang terus bergerak maju. Namun pengaplikasian berbagai pendekatan dalam menyampaikan dakwah, tidak dapat dipisahkan dari tiga metode dasarnya, sebagaimana yang akan dijelaskan berikut ini<sup>59</sup>

- a.) Hikmah: da'i menyampaikan dakwah dengan mengmatai situasi dan kondisi mad'u, sehingga mad'u tidak merasa keberatan ataupun terpaksa dalam menjalankan syariat agama Islam.
- b.) Maudhah hasanah: da'i berdakwah dengan menyampaikan ajaran Islam melalui nasihat yang baik, tidak menebar kebencian, sehingga pesan dakwah bisa menyentuh hati mad'u.
- c.) Mujadalah: da'i berdakwah dengan bertukar pikiran, berpendapat dengan cara santun dan tidak menjelekkkan salah satu pihak.

---

<sup>59</sup> Ilahi, *Komunikasi...*, 22.

Berbeda dengan dakwah konvensional, dakwah di era digital memiliki karakteristik tersendiri seperti adanya jejaring (*network*), memuat informasi (*information*), bersifat *interface*, dapat diarsipkan (*archive*), berlangsung pada saat itu juga (*realtime*) dan terdapat interaktifitas (*interactivity*).<sup>60</sup>

Tren dakwah digital saat ini dipengaruhi setidaknya oleh tiga faktor utama. *Pertama*, terpaan teknologi media digital. *Kedua*, inovasi da'i dalam menyampaikan pesan dakwah. *Ketiga*, perubahan masyarakat (mad'u) dalam mengakses media dakwah.<sup>61</sup> Selain itu, dakwah di era digital harus dilakukan dengan strategi yang matang, agar pesan dakwah sampai kepada mad'u dengan tepat sasaran dan mudah dipahami. Adapun strategi dakwah di era digital yang dapat dilakukan para da'i antara lain pengenalan objek dakwah (mad'u), penyusunan materi (pesan) dakwah, penentuan media dakwah dan metode dakwah.<sup>62</sup>

Ketiga strategi dakwah yang telah disebutkan di atas, saling terikat satu sama lain. Pengenalan atau peninjauan objek dakwah pada dakwah di era digital sangat perlu dilakukan untuk mengetahui kebutuhan materi yang harus disusun sehingga dapat tersampaikan dengan baik pada mad'u yang

---

<sup>60</sup> Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era...*, 60.

<sup>61</sup> Asna Istya Marwantika, Tren Kajian Dakwah Digital di Indonesia: Systematic Literature Review, *Proceeding of The 1st Conference on Strengthening Islamic Studies in the Digital Era (FICOSIS)*, Vol 1 (2021), 250.

<sup>62</sup> Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni dan M. Khairurromadhan, "Podcast Sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan", *Jurnal Komunike*, Vol 12 No 2, (Desember, 2020), 227.

sesuai klasifikasinya. Kemudian menentukan media dakwah juga tidak kalah penting, karena pada era digital ini ada beragam media sosial yang digandrungi masyarakat, maka dengan memilih media sosial yang dinilai paling masif untuk menyasar mad'u yang telah ditentukan akan memengaruhi keberhasilan dakwah. Sedangkan metode dakwah tidak dapat terlepas dari tiga metode dakwah dasar, da'i hanya perlu menyesuaikan gaya ceramahnya dengan keinginan objek dakwah (mad'u).

### 3. Instagram

Media sosial (medsos) merupakan media bebas. Pemilik akun medsos dapat berbuat apapun karena tidak ada sensor di dalamnya. Mereka dapat berbicara apapun, menyebar tautan dan mengomentari unggahan dengan berbagai macam cara. Beragamnya informasi yang disajikan di media sosial membuktikan bahwa betapa masyarakat mempunyai kebebasan berpendapat.<sup>63</sup>

Berdasarkan sebuah penelitian, Nurudin merumuskan setidaknya ada beberapa perubahan yang terjadi akibat media sosial, yaitu sebagai berikut.<sup>64</sup>

- a.) Berubahnya interaksi sosial
- b.) Terdapat jurang kaya dan miskin dalam mengakses informasi semakin lebar

<sup>63</sup> Nurudin, *Media Sosial : Agama Baru Masyarakat Milenial*, (Malang: Intrans Publishing, 2018), 4.

<sup>64</sup> Nurudin, *Media Sosial...*, 50.

- c.) Privasi menjadi terganggu
- d.) Orang menjadi terkucilkan dari lingkungan sosial
- e.) Informasi atau berita sampah bisa disusupkan

Rulli Nasrullah merumuskan enam kategori pengklasifikasian media sosial:<sup>65</sup>

- a.) Media jejaring sosial (*social networking*)
- b.) Jurnal *online*
- c.) Mikroblog (*microblogging*)
- d.) Media berbagi (*media sharing*)
- e.) Penanda sosial (*social bookmarking*)
- f.) Media konten bersama atau Wiki

Rulli mengategorikan *Facebook* sebagai media jejaring sosial. Karena *Facebook* adalah media sosial (medsos) yang dapat dimanfaatkan untuk menerbitkan konten, seperti aktivitas, profil atau pendapat pengguna.

*Facebook* bisa juga dianggap sebagai sebuah media yang memberikan ruang untuk berkomunikasi dan berinteraksi dalam jejaring sosial di ruang siber.<sup>66</sup>

Rulli juga mengungkapkan, karakter pokok situs jejaring sosial yaitu tiap pengguna bisa membangun jaringan pertemanan, baik dengan pengguna yang telah diketahuinya dan kemungkinan sering bertemu di dunia nyata (*offline*) atau bisa juga membangun jaringan pertemanan baru.

<sup>65</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2020), 39.

<sup>66</sup> Nasrullah, *Media Sosial...*, 40.

Pada berbagai kasus yang sering ditemukan, seseorang membentuk jalinan pertemanan baru ini berdasarkan pada suatu hal yang sama, seperti hobi atau kegemaran, pekerjaan, asal sekolah/universitas atau sudut pandang politik.<sup>67</sup>

Berdasarkan pendapat Rulli tentang karakteristik situs jejaring sosial, maka dengan demikian Instagram juga termasuk dalam media jejaring sosial, karena di Instagram seseorang juga bisa berinteraksi dengan sesama pengguna. Ciri khas jejaring sosial yang paling tampak pada Instagram ialah kemampuannya untuk saling *follow* (mengikuti) sesama pengguna, lalu berkomentar dan memberikan tanda suka (*like*) pada foto yang diunggah pengguna.<sup>68</sup>

Dalam media Instagram terdapat lima fitur pokok sebagai berikut:<sup>69</sup>

a.) *Home Page*

Fitur *Home page* adalah halaman utama yang berisikan foto atau video dari pengguna lain yang telah diikuti di Instagram.

b.) *Comment*

Fitur komen memungkinkan setiap pengguna untuk mengomentari foto ataupun video yang sudah diunggah dalam Instagram.

c.) *Explore*

Fitur *explore* merupakan himpunan foto atau video populer yang memperoleh banyak *like* (suka).

<sup>67</sup> Nasrullah, *Media Sosial...*, 40.

<sup>68</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), 59.

<sup>69</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram...*, 28-32

d.) Profil

Fitur yang berisi tentang informasi pengguna Instagram

e.) *News Feed*

*News Feed* ialah fitur yang berisi pemberitahuan atas segala jenis kegiatan yang dilakukan pengguna Instagram.

Atmoko juga merumuskan aktivitas yang bisa dilakukan dalam Instagram sebagai berikut.<sup>70</sup>

a.) *Follow*

Dengan fitur *follow* (ikuti), sesama pengguna Instagram bisa mengikuti atau berteman dengan cara saling *follow* akun.

b.) *Like*

*Like* merupakan lambang berbentuk hati yang berfungsi untuk menyukai foto atau video yang telah diposting dengan cara meng-klik tombol *like* di bagian bawah foto atau dengan mengetuk dua kali pada unggahan pengguna.

c.) *Komentar*

Komentar adalah aktivitas menuangkan pikiran atau pendapat melalui susunan kata pada unggahan seseorang yang diikuti di Instagram.

---

<sup>70</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram...*, 60-69.

d.) *Mention*

Fitur *mention* berfungsi untuk menandai akun pengguna lain melalui cara menambah tanda arroba (@) di depan nama akun Instagram dari pengguna tersebut.

Selanjutnya, unggahan gambar dan teks yang beredar di media sosial disebut dengan *meme*. Dalam literatur riset media sosial, istilah *meme* adalah istilah yang diperkenalkan oleh Dawkins pada 1979. Meme terdiri dari dua aspek: pertama, bentuk visual yang berupa unsur gambar atau ilustrasi untuk menyampaikan emosi yang dirasakan. Kedua, aspek teks yang berada di antara visual. Secara teori, *meme* menggambarkan tiga komponen, yaitu *manifestation* (manifestasi), *behavior* (kebiasaan) dan *ideal* (keidealan).<sup>71</sup> Instagram merupakan media sosial yang identik dengan *meme*. Setiap unggahan di Instagram akan menyertakan gambar dan teks sebagai keterangannya.

Instagram juga termasuk media sosial yang bisa mempopulerkan *hashtag* (#). Dalam unggahan ITP dan NI di Instagram, keduanya selalu memakai *hashtag* dalam keterangan (*caption*) *meme*-nya. *Hashtag* adalah fenomena gerakan sosial masyarakat masa kini. *Hashtag* dapat menjelma pisau bermata dua. Ia dapat menciptakan popularitas seseorang atau lembaga, menggali keuntungan serta dukungan dan lain-lain. Meski demikian *hashtag* juga dapat menjadi suatu aturan hukum, sementara

---

<sup>71</sup> Nasrullah, *Media*, 126.



individu adalah hakimnya. Netizen berpeluang menghakimi orang lain atau lembaga tertentu hanya dengan *hashtag*. *Hashtag* ini kemudian semakin kuat untuk dijadikan “landasan hukum” jika disebarluaskan dan bahkan menjadi *trending topic*.<sup>72</sup>

Dalam menggunakan media sosial atau media siber, seseorang seharusnya menerapkan etika. Etika dalam media siber dianggap penting karena *pertama*, pengguna media siber tidak sepadan dan berasal dari lingkungan yang berbeda. Latar belakang pengguna sampai keberagaman kultural dapat menyebabkan peluang konflik, perseteruan dan permusuhan. *Kedua*, komunikasi yang terjadi di media siber lebih mengutamakan teks. Kondisi ini memungkinkan terjadinya kerancuan dalam menafsirkan teks unggahan.<sup>73</sup> *Ketiga*, pengunggahan konten dalam media siber tidak hanya langsung tertuju kepada pengguna yang diharapkan, namun dapat terjadi secara tidak langsung. *Keempat*, media siber tidak serta merta diposisikan sebagai media berbeda dan terlepas dari dunia nyata. *Kelima*, etika dalam berinternet dibutuhkan supaya tiap pengguna ketika dalam dunia virtual memahami hak dan kewajiban sebagai “warga negara” dunia virtual.<sup>74</sup> Penerapan etika dalam media siber juga sebenarnya telah ditekankan dengan dirumuskannya UU ITE (Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik).

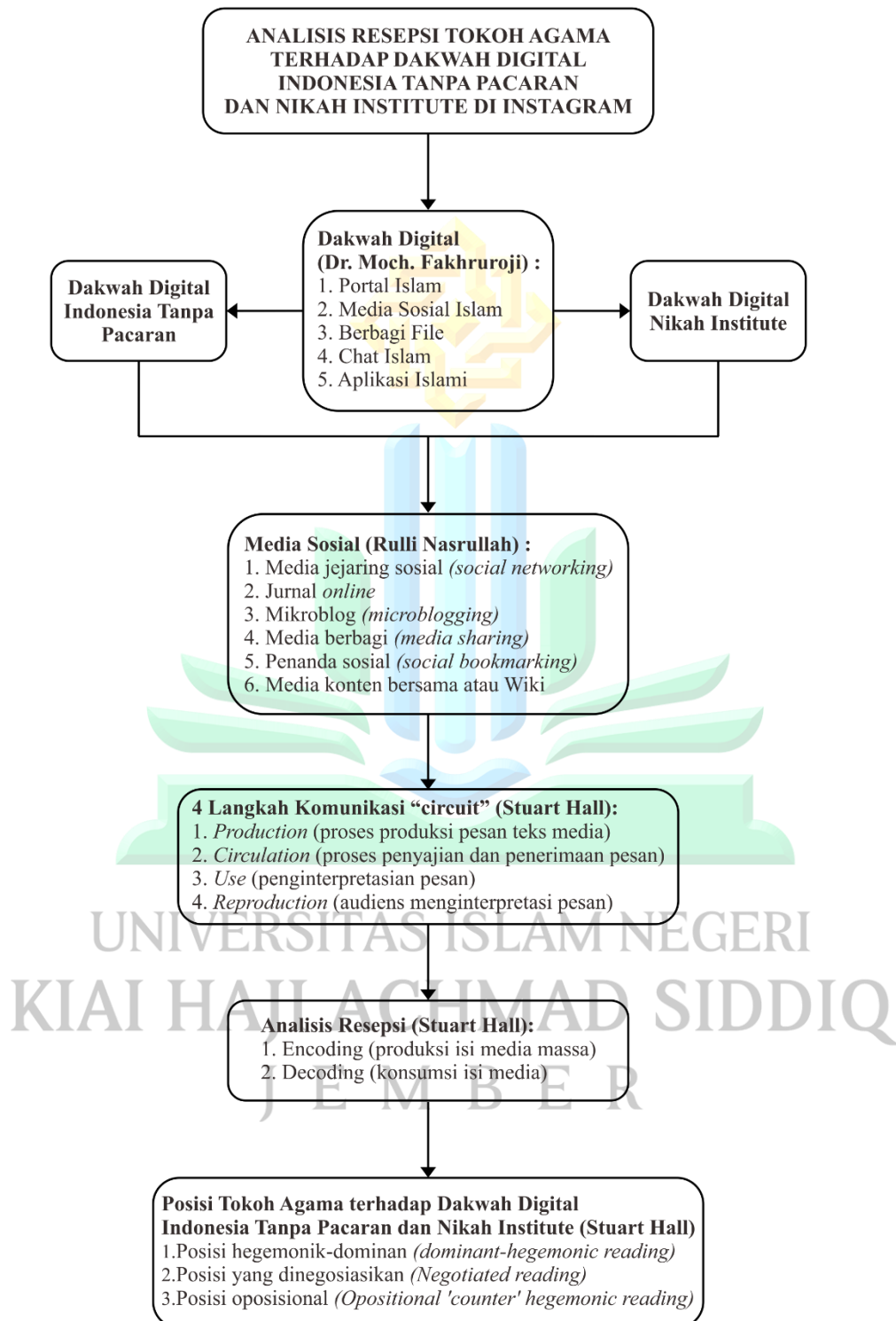
---

<sup>72</sup> Nurudin, *Media Sosial...*, 35

<sup>73</sup> Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), 122.

<sup>74</sup> Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media...*, 122-123.

### C. Kerangka Konseptual



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini ialah kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang diamati.<sup>75</sup> Data dikumpulkan dengan latar alami (*natural setting*) sebagai sumber data langsung. Penelitian ini termasuk deskriptif kualitatif yaitu lebih menyajikan rincian, menyajikan dari ringkasan dan bukan evaluasi.<sup>76</sup>

Metodologi penelitian ini adalah studi kasus. Creswell mengungkapkan bahwa penelitian studi kasus adalah satu jenis desain dalam penelitian kualitatif yang dapat berupa objek penelitian dan juga hasil dari penelitian tersebut. Studi kasus merupakan pendekatan kualitatif di mana peneliti mengeksplorasi kehidupan nyata suatu kasus atau berbagai kasus, dengan mengumpulkan data yang detail dan mendalam serta melibatkan berbagai sumber informasi majemuk (seperti pengamatan, wawancara, bahan audiovisual dan dokumen dan berbagai laporan), dan melaporkan deskripsi kasus dan tema kasus. Satuan analisis dalam studi kasus bisa berupa kasus majemuk (studi multi-situs) atau kasus tunggal (studi dalam situs).<sup>77</sup>

---

<sup>75</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 4.

<sup>76</sup> Noeng Muhajir, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Raka Serasih, 1989), 49.

<sup>77</sup> John W. Creswell, *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2015), 135-136.

Sedangkan menurut Robert K. Yin studi kasus adalah sebuah metode penelitian ilmu-ilmu sosial atau metode pembelajaran empiris yang meneliti fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, yang mana batas antara fenomena dan konteks tidak terlihat dengan tegas dan karena hal tersebut multi sumber bukti pun dimanfaatkan.<sup>78</sup> Robert K. Yin juga mamaprakan bahwa terdapat tiga tipe dalam penelitian studi kasus yaitu eksplanatoris, eksploratoris dan deskriptif.<sup>79</sup> Sifat yang diterapkan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Yin, metode penlitian studi kasus yang bersifat deskriptif ini tidak membutuhkan kontrol terhadap peristiwa yang diteliti, cukup dengan hanya mengamati dan kemudian dijelaskan. Selain itu, fokus pada penelitian yang bersifat deskriptif ini ialah fenomena historis atau kontemporer dalam konteks kehidupan nyata.

Faktor pemilihan metodologi studi kasus dalam penelitian ini adalah kasus majemuk yang menjadi objek dari penelitian. Kasus majemuk tersebut antara lain fenomena kontroversi gerakan dakwah Indonesia Tanpa Pacaran dan berdirinya Nikah Institute sebagai kelas pernikahan yang berdasarkan atas keresahan gerakan ITP yang dinilai mendorong para generasi muda untuk melakukan nikah muda tanpa dibekali ilmu pernikahan yang cukup.

Sedangkan jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu mempelajari secara intensif tentang latar

---

<sup>78</sup> Robert K. Yin, *Studi Kasus Desain dan Metode*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 18.

<sup>79</sup> Yin, *Studi Kasus.*, 1.

belakang keadaan sekarang, dan interaksi suatu sosial, individu, kelompok, lembaga, dan masyarakat.<sup>80</sup> Peneliti menggunakan pendekatan jenis *field research* untuk mengamati secara jelas dan teliti tentang latar belakang dan segala faktor yang mungkin dapat memengaruhi persepsi narasumber dalam pemahaman dan pemaknaannya pada suatu fenomena teks yang menjadi objek dalam penelitian ini.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah gambaran tentang tempat dilakukannya penelitian. Dalam penelitian ini, informan merupakan tokoh agama dari berbagai komponen. Merujuk pada fenomena yang dibahas dalam penelitian ini berupa fenomena nasional, peneliti merasa perlu untuk memilih informan tokoh agama yang memiliki jabatan atau pengurus organisasi dalam tingkat nasional. Di antara beberapa tokoh agama nasional yang berusaha dihubungi oleh peneliti, hanya ada satu tokoh agama yang bersedia untuk menjadi informan, yakni Pimpinan Pusat Al-Irsyad yang berkediaman di Jember. Sedangkan, empat informan lainnya merupakan tokoh agama regional yang paling bisa dijangkau oleh peneliti, yaitu Ketua MUI Lumajang, Penasihat Pimpinan Daerah Muhammadiyah Lumajang, Ketua Nasyiatul Aisyah Lumajang dan Wakil Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Lumajang. Berdasarkan hal tersebut, maka lokasi dalam penelitian ini di wilayah Jember dan Lumajang.

---

<sup>80</sup> Husaini Usman dkk, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), 5.

### C. Kehadiran Peneliti

Peneliti hadir secara langsung di lapangan untuk bertemu dengan subyek penelitian. Kehadiran peneliti di sini adalah murni untuk menggali resepsi para tokoh agama terhadap dakwah digital Indonesia Tanpa Pacaran dan Nikah Institute di Instagram. Peneliti juga menjelaskan terkait dengan dakwah digital Indonesia Tanpa Pacaran dan Nikah Institute serta memberikan teks wacana dakwah yang diunggah keduanya di Instagram untuk ditanggapi.

### D. Subjek dan Objek Penelitian

Peneliti memilih Pimpinan Pusat Al-Irsyad, Ketua MUI Lumajang, Penasihat Pengurus Daerah Muhammadiyah Lumajang, Ketua Nasyyiatul Aisyiyah Lumajang dan Wakil Ketua Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Lumajang untuk menjadi informan dalam penelitian ini, karena kelimanya merupakan tokoh agama dari unsur organisasi masyarakat (ormas) tertua serta berkehendak mewujudkan nilai-nilai moderasi Islam di Indonesia dan unsur Ulama Indonesia yang merupakan pengambil kebijakan terkait dengan hukum positif yang berdasarkan syariat Islam di Indonesia.

Dalam penentuan subjek penelitian sebagai *key informan* ada beberapa kriteria sebagai berikut:

1. *Key Informan* merupakan tokoh agama yang memiliki pemahaman agama yang mumpuni serta pengalaman bertemu dengan beragam masyarakat dari latar belakang yang berbeda. Hal tersebut diharapkan dapat

memunculkan resepsi yang beragam pula terhadap dakwah digital ITP dan NI.

2. *Key Informan* memahami tentang perkembangan dakwah digital saat ini.
3. *Key Informan* mengetahui dakwah Indonesia Tanpa Pacaran dan Nikah Institute.
4. *Key Informan* telah mengamati minimal 50% dakwah ITP dan NI dalam kurun waktu Maret-Agustus 2022.
5. *Key Informan* dapat menyampaikan resepsinya terhadap dakwah digital ITP dan NI berdasarkan teks dakwah yang diunggah oleh keduanya di Instagram

**Tabel 3.1 Profil Key Informan**

No.	Nama	Profil
1.	Dr. H. Faisol Nasar Bin Madi, MA.	Pimpinan Pusat organisasi Al-Irsyad. Beliau berusia 65 tahun, menempuh pendidikan terakhir di Strata 3. Selain sebagai Pimpinan Pusat Al-Irsyad beliau juga salah satu dosen di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, tepatnya berkantor di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Humaniora.
2.	KH. Ahmad Hanif	Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Lumajang. Beliau berusia 67 tahun, menempuh pendidikan formal di jenjang Strata 1 dan juga pendidikan non formal di pondok pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang. Selain menjadi Ketua MUI Lumajang, beliau juga aktif sebagai Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Lumajang.
3.	Suharyo, S.H.	Penasihat Pengurus Daerah Muhammadiyah (PDM) Lumajang. Beliau berusia 61 tahun dan telah menempuh pendidikan di jejang Strata 1. Selain

		menjadi penasihat di PMD Lumajang, beliau juga Ketua Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia (DDII) Cabang Lumajang dan aktif berdakwah di sosial media.
4.	Suriyah Purwaningsih	Ketua Nasyiatul Aisyiyah Muhammadiyah Lumajang. Beliau berusia 45 tahun dan telah menempuh pendidikan hingga tingkat SMA/ sederajat, meski demikian ketiga anaknya sedang menempuh pendidikan di bangku kuliah, dua orang sedang menyelesaikan Strata 2, dan satu lagi masih menyelesaikan Strata 1. Selain menjadi Ketua Nasyiatul Aisyiyah, beliau juga menjadi pengurus panti asuhan Muhammadiyah di Lumajang.
5.	Dr. Ahmad Ihwanul Muttaqin, M.Pd.I.	Wakil Ketua Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama (PCNU) Lumajang. Beliau berusia 35 tahun dan telah menyelesaikan kuliahnya di jenjang Strata tiga. Selain sebagai Wakil Ketua PCNU Lumajang, beliau juga dosen aktif di Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang.

**Sumber : Observasi oleh Peneliti**

Selain key informan di atas, peneliti juga mencari informan tambahan sebagai data pendukung dalam penelitian ini. Informan tambahan peneliti ambil dari unsur pengikut Instagram Indonesia Tanpa Pacaran dan Nikah Institute. Pemilihan informan tambahan ini berdasarkan akun yang aktif berkomentar dalam unggahan Indonesia Tanpa Pacaran dan Nikah Institute.

**Tabel 3.2 Profil Informan Tambahan**

No.	Nama	Profil
1.	Zulfia Ludfiani	Ia merupakan pengikut ITP yang berusia 18 tahun, berdomisili di Semarang dan tengah menempuh pendidikan di tingkat Strata 1.
2.	Fahmi Hidayatul Fuadi	Ia merupakan pengikut ITP yang berusia 25 tahun, berdomisili di Tangerang dan



		telah menyelesaikan pendidikan di tingkat Strata 1.
3.	Risal Madinah Ahsana Putri	Ia merupakan pengikut NI yang berusia 27 tahun, berdomisili di Bandung dan telah menyelesaikan pendidikan di tingkat Strata 1.
4.	Rizqi Amalia	Ia merupakan pengikut NI yang berusia 25 tahun, berdomisili di Mojokerto dan telah menyelesaikan pendidikan di tingkat Strata 1.

**Sumber : Observasi oleh Peneliti**

Sedangkan objek penelitian ini adalah Instagram gerakan dakwah ITP dan kelas pernikahan NI. Gerakan ITP didirikan oleh La Ode Munafar pada 7 September 2015. Lalu NI merupakan sebuah kelas pernikahan yang didirikan Khasbi Faqih bersama isterinya Nurul Hidayati pada 21 November 2018.

#### **E. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data itu diperoleh.<sup>81</sup> Sumber data dalam penelitian ini sebagai berikut:

##### 1. Instagram ITP dan NI

Unggahan Instagram merupakan sumber utama untuk meneliti teks yang dominan ditampilkan dalam Instagram keduanya. Hal ini dilakukan sebagai bahan kajian tokoh agama untuk memahami dan memaknai unggahan ITP dan NI.

---

<sup>81</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Yogyakarta: Rineka Cipta, 2002), 171.

## 2. Wawancara

Data diperoleh dengan teknik wawancara semi terstruktur. Jenis wawancara ini termasuk dalam kategori *in-depth interview*. Tujuan wawancara jenis ini untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, yang mana informan diminta pendapat dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.<sup>82</sup>

Creswell juga mengemukakan wawancara semi terstruktur dilakukan dengan merekam wawancara dan menulis wawancara tersebut.<sup>83</sup> Dengan demikian, wawancara semi terstruktur merupakan wawancara yang telah dipersiapkan. Dalam hal ini peneliti telah memilih informan dan menyiapkan daftar pertanyaan sesuai dengan informasi yang ingin digali dari narasumber terkait dengan objek dakwah.

### F. Teknik Pengumpulan Data

Creswell mengelompokkan bentuk data menjadi empat tipe informasi dasar, yaitu pengamatan (mulai dari nonpartisipan hingga partisipan), wawancara (dari yang tertutup hingga yang terbuka), dokumen (dari yang bersifat pribadi hingga yang bersifat publik) dan bahan audiovisual (mencakup foto, CD, dan VCD):<sup>84</sup>

---

<sup>82</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 73-74.

<sup>83</sup> Creswell, *Penelitian Kualitatif ...*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2015), 222.

<sup>84</sup> Creswell, *Penelitian Kualitatif...*, 219-221.

1. Pengamatan atau observasi pada konten dakwah gerakan ITP dan kelas pernikahan NI selama Maret-Agustus 2022 adalah untuk menganalisis struktur teks wacana dakwah keduanya, sehingga akan menghasilkan sebuah temuan tentang wacana yang dominan dan elemen teks wacana yang sering digunakan oleh keduanya.
2. Wawancara akan dilakukan dengan memilih informan yang sesuai dengan kriteria, yakni tokoh agama. Wawancara bertujuan sebagai bahan analisis resepsi tokoh agama terhadap fenomena kedua objek berdasarkan faktor-faktor lain yang memengaruhi pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tersebut.
3. Dokumentasi dilakukan untuk menganalisa dokumen gerakan ITP dan kelas pernikahan NI yang diunggah di media Instagram atau pun *website* yang dikelola keduanya. Hal ini dilakukan sebagai bahan analisis teks yang akan diamati oleh subjek atau informan penelitian, dalam hal ini tokoh agama.
4. Bahan audiovisual akan dikumpulkan dan dianalisa berdasarkan konten-konten dakwah audiovisual yang diunggah keduanya tersebut dalam akun Instagram masing-masing.

### **G. Analisis Data**

Analisis data merupakan prosedur mengatur urutan dan mengorganisasikan dalam suatu pola kategori dan uraian dasar.<sup>85</sup> Analisis data juga disebut sebagai proses sistematis untuk mengkaji dan mengumpulkan

---

<sup>85</sup> Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 103.

transkrip wawancara, catatan lapangan, dokumentasi dan hal-hal lain. Hal tersebut berguna untuk memperdalam pemahaman tentang fokus penelitian baik dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi untuk dijadikan sebuah temuan penelitian.<sup>86</sup>

Dalam hal ini, untuk menganalisis data penulis menggunakan teknik analisis resepsi Stuart Hall yang meliputi *encoding* dan *decoding*. Asumsi dasar analisis resepsi yaitu konsep khalayak aktif. Khalayak tidak sekadar menerima makna teks media, tetapi juga aktif dalam menciptakan makna sendiri. Dalam hal ini, peneliti meminta *key informant* untuk mengamati *encoding* (isi media) dakwah digital Indonesia Tanpa Pacaran dan Nikah Institute, sehingga *key informant* telah melakukan proses *decoding* (konsumsi isi media) dan menginterpretasikannya menurut pemahaman dan pemaknaan masing-masing *key informant*.

Kemudian peneliti menganalisa pemaknaan dan pemahaman para tokoh agama dan menempatkan tokoh agama terhadap posisi resepsi Stuart Hall berdasarkan interpretasinya, yaitu posisi dominan-hegemonik, negosiasi dan oposisi.

## **H. Keabsahan Data**

Validasi atau keabsahan data dalam hasil penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan triangulasi. Peneliti menggunakan beragam sumber, metode dan teori untuk menyediakan bukti penguat. Keabsahan data ini melibatkan

---

<sup>86</sup> Creswell, *Penelitian*, 251.

bukti penguat dari berbagai sumber yang berbeda untuk menjelaskan tema atau perspektif.<sup>87</sup>

Penelitian ini menggunakan uji kredibilitas data atau keabsahan data dengan triangulasi sumber. Triangulasi data dilakukan dengan tahapan menemukan dan mengumpulkan bukti, kemudian didokumentasikan tema dalam sumber data.

### **I. Tahapan Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa tahap untuk menyelesaikan penelitian tersebut yakni sebagai berikut:

#### **1. Tahap Pra Lapangan**

Pada tahap ini dilakukan orientasi yang meliputi kegiatan penentuan fokus, penyesuaian paradigma dengan teori dan disiplin ilmu, penjajakan dengan konteks penelitian mencakup observasi awal ke lapangan dalam hal ini mengamati dakwah ITP dan NI di Instagram dan menentukan informan tokoh agama, penyusunan usulan penelitian dan seminar proposal penelitian, kemudian dilanjutkan dengan mengurus perizinan penelitian kepada subyek penelitian.

#### **2. Tahap Kegiatan Lapangan**

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan data-data yang terkait dengan fokus penelitian, meliputi unggahan dakwah ITP dan NI serta melakukan

---

<sup>87</sup> Creswell, *Penelitian*, 349.

wawancara yang mendalam kepada tokoh agama yang telah ditentukan sebagai informan.

### 3. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini meliputi kegiatan mengolah dan mengorganisir data yang diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi, lalu dilakukan analisis data sesuai dengan konteks penelitian. Selanjutnya dilakukan pengecekan keabsahan data dengan cara triangulasi sumber untuk memperoleh data yang valid sebagai dasar dan bahan untuk pemberian makna atau penafsiran data yang merupakan proses penentuan dalam memahami konteks penelitian.

### 4. Tahap Penulisan Laporan

Pada tahap ini peneliti mulai menyusun data yang telah dikumpulkan kemudian menganalisis sesuai dengan teori yang telah ditetapkan dalam penelitian untuk mencapai fokus yang berupa hasil penelitian tersebut.

## BAB IV

### PAPARAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Paparan Data dan Analisis

##### 1. Pemahaman dan Pemaknaan Tokoh Agama tentang Dakwah Digital Indonesia Tanpa Pacaran di Instagram

Gerakan ITP didirikan oleh La Ode Munafar pada 7 September 2015. Dalam menyebarkan dakwahnya, ITP memiliki dua sasaran utama, yaitu pertama, kategori usia yang dinilai rentan berkencan atau pacaran. Sasaran kedua ITP ialah pemuda, karena merupakan mayoritas populasi pengguna internet.<sup>88</sup> Gerakan ITP memiliki tiga misi utama, yaitu:<sup>89</sup>

- a. Memahami generasi dari bahaya pacaran
- b. Merangkul generasi yang sedang dan/atau sudah terjebak dalam pacaran
- c. Memberikan solusi pada pemuda cara ekspresi cinta tanpa pacaran

Demi mencapai tujuannya, ITP memiliki tiga gerakan konkret antara lain *pertama*, pembentukan opini lewat media sosial yang dimiliki ITP. *Kedua*, melaksanakan pembinaan rutin secara *offline* dan *online*. *Ketiga*, menjauhi pergaulan bebas dengan cara menjauhi pacaran dan memperbanyak ibadah.<sup>90</sup> Dalam proses penelitian ini, tokoh agama

---

<sup>88</sup> Trie Yunita Sari, Fatimah Husein dan Ratna Noviani, "Hijrah and Islamic Movement in Social Media: A Movement Study of Anti-Dating Movement #IndonesiaTanpaPacaran", *DINIKA: Academic Journal of Islamic Studies*, Vo. 5 No. 1 (Januari-Juni 2020), 6-7.

<sup>89</sup> Indonesia Tanpa Pacaran, *Profil Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran*, Facebook.com, 1 Februari 2016

<sup>90</sup> Indiana Malia, *Ini Target Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran pada 2024*, idntimes.com, 16 April 2018

mengamati wacana dakwah ITP di Instagram yang diunggah selama Maret-Agustus 2022. Untuk memberikan gambaran tentang dakwah ITP yang paling dominan, maka penulis lampirkan wacana yang paling mewakili gagasan gerakan ITP yang diunggah selama Maret-Agustus 2022.

a. Dakwah tentang Pacaran

**Gambar 4.1 Screenshot Video Dakwah ITP**



**Sumber: Instagram ITP**

“Kita itu kan, sudah terbukti sebenarnya. Sudah banyak survei juga nih, bahwa sudah banyak kekerasan yang berawal dari pacaran. harusnya, ini sudah ada tindakan hukum tegas untuk melarang pacaran di Indonesia. Tapi sampai sekarang kayaknya Pemerintah kita juga, secara hukum juga itu belum memandang ini sebagai persoalan yang besar. Padahal itu sudah banyak kasus-kasus kekerasan yang berawal dari pacaran. Ini harusnya sudah dibuat regulasi agar anak muda – anak muda kita itu tidak pacaran. minimal sudah dibuat proses defensifnya, proses pencegahan agar generasi muda itu tidak pacaran dengan



menggunakan hukum. Ya dibuatlah aturan misalnya bagi yang kedapatan berdua-duaan di tempat yang sepi, kemudian ada patroli misalnya Satpol PP atau pun Polisi itu harusnya segera diamankan karena ini berpeluang meningkatnya kriminalitas di Indonesia.”

Keterangan : Perlu peran Negara menyadarkan dan menjaga generas muda dari bahaya rusak pacaran. Dukung & bantu luaskan jaungkauan dakwah, dengan Follow @IndonesiaTanpaPacaran, @Laodemunafarofficial, @AksesorisIndonesiaTanpaPacaran untuk menyadarkan generasi muda bahaya rusak pacaran. #udahputusinaja #saynopacaran #IndonesiaTanpaPacaran #GerakanNikahMuda #hijrah #CalonUmiSholehah #NikahAsik #DakwahKampus #dakwamedia #Islam #syariah #dakwahsunnah Diunggah : 7 Maret 2022, berjudul “Banyak Kekerasan dalam Pacaran” dengan durasi 52 detik.

b. Dakwah tentang Pernikahan

**Gambar 4.2 Screenshoot Video Dakwah ITP**



**Sumber: Instagram ITP**

*“Tujuan saya menikah adalah untuk berdakwah, namun calon isteri yang saya ingin khitbah lebih pandai ilmu agamanya dari saya, apa pendapat Ustadz?”*

“Ya belajarliah, karena bagaimapun juga kita sudah sampaikan bahwa salah satunya adalah kewajiban seorang suami adalah *bimā faḍḍalallāhu ba’dokum ‘alā ba’din*. Jadi, dengan apa yang sudah Allah lebihkan sebagian di antara kalian kepada sebagian yang lain, kan *arrijālu qowwāmūna ‘alannisā’ bimā faḍḍolallāhu ba’dokum ‘alā ba’din*, ee apa namanya *ba’dohum ‘alā ba’din*, sorry. Jadi *arrijālu qowwāmūna ‘alannisā’*, sesungguhnya laki-laki itu adalah pemimpin atau penanggungjawab atau supporter terhadap wanita dengan apa yang Allah lebihkan kepada sebagian dari pada mereka terhadap sebagian yang lain yaitu adalah laki-laki terhadap wanita dalam urusan penjaagaan dan pendidikan kepada isterinya. Isterinya mempunyai kelebihan dalam hal pengurusan rumah dan anaknya dan seterusnya. Berarti kalau pendidikan dan dia lebih paham ya nggak ada masalah tapi kita juga harus belajar sehingga kita juga bisa mendidik mereka. Gak ada yang membatasi kalau suami itu harus lebih pintar dari pada isterinya, ya juga nggak semua kita pasti lebih pintar dari pada isteri kita. Tapi yang jelas kita harus belajar supaya kita bisa membimbing isteri kita.”

Keterangan video: Calon isteri lebih pintar dari pada suami? Ayo gak usah insecure ya, mumpung masih jomblo perbanyak belajar. Yuk simak Ustadz Felix Y Siauw. Dukung & bantu luaskan jaungkauan dakwah, dengan Follow @IndonesiaTanpaPacaran, @Laodemunafarofficial, @AksesorisIndonesiaTanpaPacaran untuk menyadarkan generasi muda bahaya rusak pacaran. #udahputusinaja #saynopacaran #IndonesiaTanpaPacaran# GerakanNikahMuda #hijrah #CalonUmiSholehah #NikahAsik #DakwahKampus #dakwamedia #Islam #syariah #dakwahsunnah Diunggah: 22 Mei 2022 dengan judul “Isteri Lebih Pintar Ilmu Agama dari pada Suami?”, berdurasi 1 menit 12 detik.

## c. Kutipan tokoh

**Gambar 4.3 Gambar Kutipan Tokoh Agama di Instagram ITP**

**Sumber: Instagram ITP**

Keterangan gambar: Ustadz Khalid Basalamah banyak menyampaikan nasihat semacam ini dalam kajiannya. Beliau berkata, “Kita ini aneh. Ada orang tua yang lebih senang anaknya pacaran. Tapi merasa malu kalau anaknya itu nikah muda.” Dukung & bantu luaskan jangkauan dakwah, dengan Follow @IndonesiaTanpaPacaran, @Laodemunafarofficial, @AksesorisIndonesiaTanpaPacaran untuk menyadarkan generasi muda bahaya rusak pacaran. #udahputusinaja #saynopacaran #IndonesiaTanpaPacaran #GerakanNikahMuda #hijrah #CalonUmiSholehah #NikahAsik #DakwahKampus #dakwamedia #Islam #syariah #dakwahsunnah Diunggah : 4 Juni 2022

Pemahaman dan pemaknaan merupakan proses *decoding* khalayak terhadap teks media. Dengan menganalisa pemahaman dan pemaknaan tokoh agama sebagai subjek penelitian ini, akan memberikan sebuah temuan

penelitian tentang posisi resepsi tokoh agama tentang dakwah digital Indonesia Pacaran. Secara garis besar dakwah yang dilakukan oleh ITP merupakan pencegahan terhadap pacaran.

Seperti yang diungkapkan oleh Penasihat Pimpinan Daerah Muhammadiyah, bahwa maraknya generasi muda yang berpacaran dan tidak jarang berujung dengan tindakan kekerasan, kriminal serta melanggar nilai agama merupakan realitas tak terbantahkan. Baginyam gerakan ITP adalah sebuah tawaran sekaligus solusi yang tepat bagi umat manusia di masa mendatang. Berikut penjelasan lengkapnya:

“...Gerakan Indonesia tanpa pacaran ini sangat penting dalam mencegah dan mengatasi problem sosial yang berujung pada persoalan hukum yang semakin serius dan menjadi-jadi, langkah stop pacaran untuk menuju kehidupan harmoni yang berjalan di atas rel agama merupakan tawaran yang perlu kita respon secara positif. Hal tersebut perlu kita support dengan berbagai cara dan daya agar generasi masa depan bisa selamat dari berbagai pengaruh yang merusak akhlak serta tatanan kehidupan.”<sup>91</sup>

Pimpinan Pusat Al-Irsyad berpendapat bahwa banyaknya remaja yang pacaran merupakan sebuah akibat dari ketidakpahaman masyarakat terkait dengan ajaran agama. Beliau merasa perlu adanya gerakan atau upaya-upaya pencegahan seperti yang dilakukan oleh ITP:

“...Jadi memang perlu pencegahan-pencegahan dari hal-hal yang menimbulkan mafsadah yang sifatnya preventif, *dar ‘ul mafāsīd muqoddamun ‘ala jalbi almaṣōliḥ*, hal-hal yang kira-kira mengarah pada mafsadah, kerusakan remaja, masa pacaran yang definisinya tidak jelas, dan Islam pun tidak mengenal itu, tapi ta’aruf yang kita kenal, ta’aruf mirip pacaran tapi bertanggung jawab. Pacaran yang berkembang sekarang itu di luar norma-norma agama, norma agama

---

<sup>91</sup> Suharyo, *wawancara*, Lumajang, 08 Desember 2022

sering dilanggar. Indonesia Tanpa Pacaran adalah upaya-upaya untuk mencegah hal-hal yang menjurus pada kemaksiatan”<sup>92</sup>

Sejalan dengan yang disampaikan kedua tokoh di atas, Ketua MUI Lumajang juga memaparkan bahwa ITP memberikan pesan sentral untuk menghindari pacaran, hal ini dirasa perlu agar generasi muda tidak terjerumus dalam bahaya *khalwāt*:

“Bagi saya, memang menjadi sangat penting dilakukan dakwah yang bisa memberikan pemahaman ajaran Islam yang benar dan baik terkait dengan perilaku pra pernikahan, teutama bagi kawula muda sehingga mereka tidak tejerumus dalam bahaya *khalwat* yang menjadi kekhawatiran Rasulullah.”<sup>93</sup>

Berduaan di remang-remang juga merupakan sesuatu yang mendekati zina. Dapat dikatakan demikian, karena di saat berduaan laki-laki dan perempuan yang bukan mahram, maka yang ketiganya adalah setan. Hal tersebut terdapat dalam sebuah Ḥadīth Ṣahīh:

لَا يَخْلُونَ رَجُلًا بِامْرَأَةٍ إِلَّا كَانَ ثَالِثَهُمَا الشَّيْطَانُ

“Jangan sampai seorang lelaki berdua-duaan dengan seorang perempuan. Jika terjadi makhluk ketiganya adalah setan.” (HR. Ahmad 177, At-Turmudzi 2165, dan dishahihkan Syuaib al-Arnauth)

Dalam Islam pacaran memang tidak diperbolehkan. Karena lebih banyak mudharat yang ditimbulkan dan hampir tidak ada nilai positifnya. Ibu Suriyah mengungkapkan bahwa ketika berpacaran, yang paling banyak

<sup>92</sup> Faisol Nasar Bin Madi, *wawancara*, Jember, 10 Desember 2022

<sup>93</sup> Ahmad Hanif, *wawancara*, Lumajang, 11 Desember 2022

dirugikan adalah pihak wanita. Maka ia mendukung gerakan ITP ini untuk gencar berdakwah melarang pacaran di Indonesia:

“...Bagi kita yang memang sering bersosmed gerakan ITP itu juga bagus. Karena sosmed itu sekarang sangat digemari, terutama oleh anak-anak muda. Dengan ITP itu gencar bersosmed, maka akan banyak anak-anak muda yang lihat, dengan melihat itu mereka juga akan berfikir, terutama wanita, dengan melihat tayangan-tayangan ITP, remaja-remaja putri akan berhati-hati juga. Dampak tayangan di sosmed ITP itu nyata. Tayangannya tampak simpel, praktis dan mudah dicerna.”<sup>94</sup>

Dalam hukum Islam, Allah juga telah melarang ummat-Nya untuk mendekati zina. Hal tersebut termaktub dalam al-Qur’an Surat Al-Isra’ ayat 32:

وَلَا تَقْرُبُوا الزَّيْنَىٰ إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا

“Dan janganlah kamu mendekati zina; Sesungguhnya zina itu adalah suatu perbuatan yang keji. dan suatu jalan yang buruk.”

Wakil Ketua Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama (PCNU) Lumajang berpendapat bahwa ITP merupakan bentuk dakwah yang mengikuti perkembangan arus digital. Namun, beliau juga menilai unggahan unggahan ITP di Instagram cenderung diambil dan dinarasikan dari sudut pandang yang serupa.

“...Sebagai gerakan yang berani mengambil term “Indonesia” sebagai gerakannya. Seharusnya, dakwah yang dilakukan ITP tidak hanya menggunakan pendekatan Islam, akan tetapi menggunakan pendekatan yang dapat diterima oleh seluruh penganut agama lain di Indonesia. Karena Indonesia itu kan Bhineka Tunggal Ika, banyak ragam agama, kepercayaan, budaya dan istiadat. Di sini, peran orang

<sup>94</sup> Suriyah Purwaningsih, *wawancara*, Lumajang, 06 Desember 2022

tua menurut saya juga sangat penting, karena pendidikan pertama seorang anak itu didapatkan dari keluarganya.”<sup>95</sup>

Pemaparan tokoh Al-Irsyad, MUI, Muhammadiyah dan NU di atas dipengaruhi oleh faktor internal berupa pengalaman dan penilaian, serta faktor eksternal berupa situasi lingkungan. Kelimanya telah memiliki pengalaman bahwa lingkungan yang dihadapi generasi muda saat ini memang tidak bisa terhindarkan dari perilaku pacaran yang sifatnya negatif dan bisa menjerumuskan generasi muda terhadap hal-hal yang dilarang oleh agama. Kelimanya juga menilai bahwa generasi muda saat ini sangat memerlukan adanya pengajaran dan pemahaman agama Islam yang lebih luas dan mendalam serta dapat diakses dengan kecanggihan media digital saat ini, maka dari itu ketiganya bersepakat bahwa gerakan ITP telah melakukan sesuatu yang benar untuk mencegah generasi muda meninggalkan pacaran agar terhindar dari perbuatan yang dilarang Allah.

Ustādh Ihwan mengamati pola bahasa atau diksi yang dibangun dan disebarluaskan oleh ITP memiliki sasarannya sendiri, yakni generasi muda. ITP juga memperlihatkan kegigihannya untuk mengupayakan pacaran dihapus di Indonesia, akan tetapi untuk mencapai visi tersebut hendaknya materi dakwah yang disampaikan ITP tidak hanya dari satu sudut pandang agama saja:

“...Gerakan ITP hendaknya bukan hanya memberikan edukasi berupa peringatan-peringatan berdasarkan syariat Islam saja. Namun juga harus ada edukasi nyata lewat pendekatan psikologis, biologis.

---

<sup>95</sup> Ahmad Ihwanul Muttaqin, *wawancara*, Lumajang, 02 Desember 2022

Artinya, generasi muda bukan hanya dijejali dalil bahwa pacaran itu haram, namun juga diberikan sebuah pemahaman dan edukasi bahwa larangan dalam Islam itu sebenarnya ada hikmah-hikmah yang terkandung, nah hikmah-hikmah inilah yang kemudian dijelaskan dengan keilmuan modern. Jadi, antara tuntunan Syariat Islam dan keilmuan modern itu berjalan beriringan.”<sup>96</sup>

Pendapat yang disampaikan oleh Ustādh Ihwan merupakan pengaruh dari faktor internal yaitu penilaian dan ekspektasi. NU merupakan organisasi yang masih melanggengkan tradisi dan menjunjung tinggi nilai-nilai moderasi beragama, oleh karena itu dakwah ITP yang hanya mengambil satu sudut pandang saja dinilai kurang relevan dengan pengambilan term “Indonesia” sebagai nama gerakannya. Kemudian faktor ekspektasi, Wakil PCNU Lumajang berharap bahwa ITP bisa lebih memanfaatkan berbagai sudut pandang dalam menyebarkan dakwahnya.

Melihat bagaimana pergaulan generasi muda di era sekarang dan pemahaman orang tua tentang agama serta usaha orang tua dalam menanamkan nilai-nilai agama terhadap anak-anaknya, Ibu Suriyah pesimis bahwa tujuan ITP untuk menjadikan Indonesia bebas dari perbuatan pacaran itu akan terwujud. Karena menurutnya itu akan sulit dilakukan:

“...Anak-anak itu untuk pendidikan agama edukasi di sekolah itu minim sekali. Jadi ya kalau fokus Indonesia Tanpa Pacaran itu, ya anak kita masukkan aja ke pesantren, pasti kalau di pondok kan agamanya luas. Jadi anak-anak juga punya remnya sendiri. Tapi bagi anak-anak yang tidak mau mondok, ini pekerjaan untuk orang tua,

---

<sup>96</sup> Ahmad Ihwanul Muttaqin, *wawancara*, Lumajang, 02 Desember 2022



bahwa Islam tidak ada pacaran, dan bagaimana anak bisa menerima dengan lapang dada. Karena memang kalau jaman dulu kan sekolah itu pendidikan agamanya ada, kalau sekarang kan PAI itu hanya luar-luarnya saja, tidak mendalam. Jadi nanti kalau Indonesia Tanpa Pacaran kayanya *nda* bisa.”<sup>97</sup>

Pendapat Ibu Suriyah dipengaruhi oleh faktor kebutuhan dan situasi lingkungan. Beliau membaca situasi dan lingkungan yang berkembang bahwa pada kenyatannya penyampaian ilmu agama di lembaga pendidikan masih kurang efektif dan dinilai kurang luas. Sehingga beliau merasa butuh bahwa anak-anak atau generasi muda perlu pembelajaran tentang agama yang lebih luas lagi, salah satu caranya adalah dengan mengemban pendidikan di lingkungan pesantren. berdasarkan hal tersebut, beliau menilai bahwa tujuan ITP untuk membebaskan Indonesia dari budaya rusak pacaran akan sulit terwujud.

Sementara Ketua Nasyiatul Aisyiyah Muhammadiyah Lumajang pesimis visi ITP akan terwujud, Ustādh Suharyo justru optimis bahwa gerakan yang dilakukan ITP akan menuai hasil, bahkan suatu saat mungkin bisa menjadi dunia tanpa pacaran dengan dukungan dari berbagai pihak:

“...Gerakan anak muda ini merupakan anti tesa terhadap "hancurnya" tatanan kehidupan. Kita yakin gerakan ini terus membesar karena mendapat dukungan dari semua pihak di negeri ini bahkan nantinya bisa melintas ke negara atau bangsa lain sehingga kelak bisa jadi berkembang menjadi tatanan baru berupa Dunia Tanpa Pacaran. Itulah peradaban mulia yang bakal tumbuh di masa akan datang. Agar gerakan ini memiliki daya tarik yang semakin besar, diperlukan sentuhan-sentuhan baru baik melalui narasi maupun langkah konkret.”<sup>98</sup>

---

<sup>97</sup> Suriyah Purwaningsih, *wawancara*, Lumajang, 06 Desember 2022

<sup>98</sup> Suharyo, *wawancara*, Lumajang, 08 Desember 2022

Pendapat yang diungkapkan oleh Ustādh Suharyo dipengaruhi oleh faktor ideologi Muhammadiyah bahwa menyebarkan gerakan Islam yang berkemajuan atau bersifat tajdid. Dengan adanya gerakan ITP yang dinilai sebagai gerakan baru dalam menyebarkan dakwah, maka beliau optimis dan berharap gerakan ini dapat menjadi gerakan dunia nantinya.

Bagi Ustādh Faisol, agar gerakan ITP menjadi lebih bermakna hendaknya bisa melangkah bersama dengan pihak otoritas yang punya kewenangan di pemerintahan. Bekerjasama dan bersinergi untuk melakukan tindakan-tindakan pencegahan terhadap pacaran yang bisa mengakibatkan zina. Hal ini harus dilakukan ITP agar tidak terjadi gesekan dengan masyarakat dan menimbulkan perselisihan:

“...Intinya ITP juga harus bekerjasama dengan yang punya kewenangan agar tidak terjadi gesekan di masyarakat umum yang meragukan pencegahan-pencegahan itu, jika tidak begitu maka munculnya konflik-konflik tinggi. Mungkin karena satu berdasarkan kebebasan HAM, namun kita kan bicara kemaslahatan ummat masyarakat banyak. Jadi akan bermakna itu kalau menjadi huku positif, namun itu step by step, tidak bisa langsung. Saya lihat itu masyarakat belum siap dengan gencarnya media seperti saat ini, maka pendekatan persuasif dan pencegahan preventif jangan nunggu kecelakaan dulu, maka hendaknya peraturan pencegahan yang terbaik.”<sup>99</sup>

Pendapat yang diungkapkan oleh Ustādh Faisol merupakan cerminan bahwa Al\_Irsyad sebagai himpunan berakidah Islamiyyah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat di bidang pendidikan, pengajaran serta sosial dan dakwah bertingkat nasional. Hal tersebut dapat

---

<sup>99</sup> Faisol Nasar Bin Madi, *wawancara*, Jember, 10 Desember 2022

tercermin dalam ungkapannya bahwa ITP hendaknya harus bekerjasama dengan pihak yang berwenang agar tidak terjadi gesekan dalam masyarakat dalam praktik dakwahnya.

Seorang remaja pengikut Instagram ITP, Zulfia Ludfiani berpendapat, gerakan ITP sangat memotivasi untuk mengajak generasi muda meninggalkan pacaran. karena ketika seseorang memutuskan untuk berhijrah dari pacaran seperti dirinya, perlu penguat dan pendorong agar selalu menghindari perbuatan yang mendekati pada zina tersebut:

“...ITP itu kaya mengajak para remaja seperti saya ini untuk menolak pacaran dan menjaga harga diri seorang perempuan di dalam Islam. karena saat ini para perempuan itu ga sadar kalau harga dirinya udah dipermainkan oleh laki-laki. Kalau saya pribadi sih mendukung ya kak, tapi sesuai anjuran Rasulullah, kalau memang seseorang ingin menjaga dirinya dari zina ya emang lebih baiknya itu menikah di usia berapapun meski masih muda kalau dia mampu secara lahir dan bati kenapa engga? Tapi kalau dia menikah hanya untuk melampiaskan sebuah nafsu dan anggep aja untuk bucin-bucinan gitu, menurut saya lebih baik memikirkan gimana caranya bisa menggapai masa depan dan pastinya diselingi dengan iman.”<sup>100</sup>

Mahasiswa lulusan strata satu, Fahmi Hidayatul Fuadi juga mengikuti ITP karena baginya ITP sejalan dengan pemikirannya soal pacaran. menurutnya ITP berani, karena untuk menyadarkan orang-orang tentang perbuatan dosa yang sudah dianggap lumrah itu memang butuh keberanian:

”... Di jaman sekarang melarang orang pacaran sudah seperti melarang orang yang sudah lapar untuk tidak makan, dan dengan ada ITP saya merasa tidak sendiri, karena ketika fase awal orang-orang bertekad untuk tidak pacaran, tidak sedikit dari mereka yang mempertanyakan kepada dirinya sendiri, “ini sebenarnya yang salah saya yang tidak pacaran apa mereka yang pacaran?”. Karena di fase awal pasti banyak

---

<sup>100</sup> Zulfia Ludfiani, *wawancara*, Instagram, 30 November 2022

sekali ujian, biasanya bullyan dari teman-temannya yang bilang sok alim dll, ITP menurut saya sangat bagus karena jadi wadah untuk orang-orang seperti saya untuk lebih menguatkan argumen tentang larangan berpacaran, dan untuk menguatkan keistiqomahan orang-orang yang sudah bertekad untuk tidak pacaran.”<sup>101</sup>

Pendapat kedua pengikut Instagram ITP tersebut dipengaruhi oleh faktor pengalaman, kebutuhan, penilaian, ekspektasi dan situasi lingkungan. Pengalaman mereka akan aktivitas pacaran yang marak terjadi di lingkungan hidupnya, menjadikan keduanya butuh akan bimbingan sesuai ajaran Islam untuk menjauhi pacaran. Kebutuhan tersebut mendorong keduanya untuk mencari-cari model dakwah yang diinginkan, sehingga ketika menemukan akun Instagram ITP di Instagram keduanya menilai bahwa ITP merupakan sebuah gerakan yang dakwahnya mereka butuhkan. Pada akhirnya mereka berharap bahwa ITP dapat terus menjadi bagian dari dirinya untuk meluruskan tujuan menghindari pacaran, karena dilarang oleh tuntunan agama.

Berdasarkan pemaparan para tokoh agama yang dihasilkan dari pengamatan dakwah ITP di Instagram. Semuanya sepakat bahwa tujuan ITP memang untuk menyadarakan generasi muda di Indonesia agar menghindari perbuatan pacaran. Penerimaan pesan yang sama juga disampaikan oleh dua pengikut Instagram ITP yang berhasil peneliti wawancarai. Hal ini berarti bahwa maksud ITP untuk menyuarakan dakwah pada generasi muda agar menjauhi pacaran tersampaikan dengan baik.

---

<sup>101</sup> Fahmi Hidayatul Fuadi, *wawancara*, Instagram, 30 November 2022

Terlepas dari pemahaman tersebut, beberapa tokoh agama juga bernegosiasi dengan pendapatnya bahwa keinginan ITP untuk menghapus pacaran dari Indonesia tidak akan terwujud dengan mudah. Hal ini dikarenakan mayoritas masyarakat Muslim sendiri masih banyak yang tidak memahami tentang ajaran agamanya. Maka tujuan ITP untuk menghapus pacaran di Indonesia dinilai agak sulit oleh tokoh agama.

Proses *encoding* dan *decoding* dalam analisis resepsi akan menempatkan khalayak ke dalam tiga posisi, yaitu posisi dominan, negosiasi dan oposisi. Maka di sini peneliti akan menjelaskan di mana posisi tokoh agama dalam menginterpretasi makna isi media ITP:

**Tabel 4.1 Posisi Resepsi Tokoh Agama tentang Dakwah Digital ITP di Instagram**

No.	Tokoh Agama	Posisi Dominan	Posisi Negosiasi	Posisi Oposisi	Keterangan
1.	Dr. H. Faisol Nasar Bin Madi, M.A (Pimpinan Pusat Al-Irsyad al-Islamiyah)		√		Pimpinan Pusat Al-Irsyad sebenarnya setuju dengan gerakan ITP yang memahami generasi muda tentang bahaya pacaran. Namun baginya, gerakan ITP akan lebih bermakna jika dapat bekerjasama dengan pihak-pihak yang memiliki kewenangan dan bisa melakukan pencegahan secara preventif.

2.	K.H. Ahmad Hanif (Ketua MUI Lumajang)	√		Ketua MUI Lumajang beranggapan bahwa gerakan yang dilakukan oleh ITP ini memang perlu untuk memberikan pemahaman ajaran Islam bagi generasi muda khususnya
3.	Suharyo, S.H. (Penasihat Pimpinan Daerah Muhammadiyah Lumajang)	√		Penasihat Pimpinan Daerah Muhammadiyah Lumajang ini menerima pesan dakwah ITP sesuai dengan kehendak pencipta teks. Bahkan, beliau optimis bahwa gerakan ITP akan menjadi gerakan dunia yang menghapus pacaran dengan adanya dukungan dari berbagai pihak.
4.	Suriyah Purwaningsih (Ketua Nasyiatul Aisyiyah Muhammadiyah Lumajang)		√	Ketua Nasyiatul Aisyiyah ini setuju dengan dakwah yang disebarkan oleh ITP. Akan tetapi melihat perkembangan pendidikan agama di kalangan generasi muda dan minimnya pengetahuan agama orang tua, beliau pesimis ITP bisa mewujudkan tujuannya untuk menghapus pacaran di Indonesia.

5.	Dr. Ahmad Ihwanul Muttaqin, M.Pd.I. (Wakil Ketua Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Lumajang)		√	Wakil Ketua PCNU Lumajang memahami bahwa munculnya gerakan ITP merupakan konsekuensi dari perkembangan zaman yang juga mulai merambah bidang dakwah. Beliau juga memahami maksud dan tujuan dari dakwah ITP. Namun menurutnya pesan dakwah ITP kurang variatif dan tidak melambangkan pemilihan kata “Indonesia” dalam nama gerakannya, yang harusnya dapat berdakwah sesuai dengan keadaanya Indonesia yang “Bhineka Tunggal Ika”.
----	--	--	---	---

**Sumber: Diolah oleh Peneliti berdasarkan temuan data di lapangan**

Berdasarkan tabel di atas, dua tokoh agama berada dalam posisi dominan, tiga lainnya berada dalam posisi negosiasi dan tidak ada yang menempati posisi oposisi. Hal ini menunjukkan, teks dakwah yang diunggah oleh ITP di Instagram secara keseluruhan dapat dipahami oleh tokoh agama. Namun dalam beberapa aspek tokoh agama juga menginterpretasikannya sesuai makna yang dikehendaki.

## 2. Pemahaman dan Pemaknaan Tokoh Agama tentang Dakwah Digital Nikah Institute di Instagram

Program Nikah Institute yang didirikan pada 21 November 2018 merupakan akibat dari keresahan pendirinya terhadap maraknya gerakan kampanye nikah muda yang tidak memberikan bekal yang cukup pada calon pasangan suami-isteri. Nikah Institute berpendapat bahwa dalam mewujudkan keluarga yang sakinah diperlukan kerjasama yang baik antara suami-isteri, dan untuk tercipta kerjasama yang baik maka diperlukan berbagai instrumen ilmu yang dapat memberikan wawasan dan pemahaman kesadaran pada perannya masing-masing.<sup>102</sup> Nikah Institute memiliki tiga program belajar, yaitu Kelas Intensif Satu Bulan, Kelas Terapan dan Seminar.<sup>103</sup>

- a. Kelas 1 Bulan: untuk mempelajari pondasi yang kuat dalam rumah tangga serta membangun hubungan yang sehat dengan pasangan dan keluarganya
  - 1.) Kelas Terapan “Ngaji Nikah Intensive Ramadhan; Temukan Makna Gapai Sakinah
  - 2.) Kelas *Single to Couple to Parent*
  - 3.) Kelas Pra Nikah Keluarga Cerdas dan Berdaya
  - 4.) Kelas Pernikahan Minim Drama (PMD)

---

<sup>102</sup> Redaksi, *Menikah dengan Kesiapan Ala Nikah Institute*, bincangmuslimah.com, 30 Maret 2021

<sup>103</sup> Nikah Institute, *Program Nikah Institute*, nikahinstitute.com



- 5.) Kelas Parenting Together (PT)
  - 6.) Kelas Pra Nikah Intermediate “Bersiap Menuju Pernikahan”
- b. Kelas Terapan: untuk pendalaman materi di beberapa topik/keilmuan yang bersifat terapan dan teknis
- 1.) Kelas Terapan Berdamai dengan Masa Lalu
  - 2.) Kelas Terapan 1001 Hitam Putih Pernikahan
  - 3.) Kelas Terapan “Ngaji Nikah Ramadhan; Nikah Meraih Berkah atau Bahagia?”
- c. Seminar: untuk membantu pesertanya menjadi “*the best version of you*” dan penguatan diri akan tujuan spesifik
- 1.) Kelas STMJ (Seni dan Tata cara Menjemput Jodoh)
  - 2.) Kelas Pengendalian Emosi dan Spiritual Saat Jatuh Cinta dan Patah Hati
  - 3.) Kelas Seminar “*Starting Marriage Life: Piawai Menjalani Peran Baru pada Awal Pernikahan*”
  - 4.) Kelas Seminar “*Talk about Ghosting: Ubah Mellow Jadi Sellow*”

Tiap kelasnya memiliki biaya masing-masing, peserta bisa mengikuti kelas Nikah Institute selama pendaftaran belum ditutup. Berdasarkan keterangan di *website* resminya, pendaftaran tiap kelas terbatas waktu.<sup>104</sup> Dalam proses penelitian ini, tokoh agama mengamati wacana dakwah NI di Instagram yang diunggah selama Maret-Agustus 2022. Untuk memberikan

---

<sup>104</sup> Observasi 31 Oktober 2022

gambaran tentang dakwah NI yang paling dominan, penulis melampirkan wacana yang paling mewakili gagasan NI yang diunggah selama Maret-Agustus 2022.

a. Wacana tentang Pasangan

**Gambar 4.4 Gambar Unggahan NI Tentang Pasangan**





Setiap pasangan muda biasanya sudah memiliki **perencanaan** terhadap kehidupan baru yang akan dijalani bersama pasangannya. Seperti memiliki perencanaan terkait dengan tempat tinggal, pengelolaan keuangan, pola asuh anak dan sebagainya.



Dalam menjalani prosesnya, pasti ada **kendala** yang akan dihadapi. Kendala yang bisa menjadikan keduanya belajar dan menjadi dewasa jika mampu melewati atau kendala yang bisa menjatuhkan keduanya jika tidak bisa memberikan **ketersalingan**.



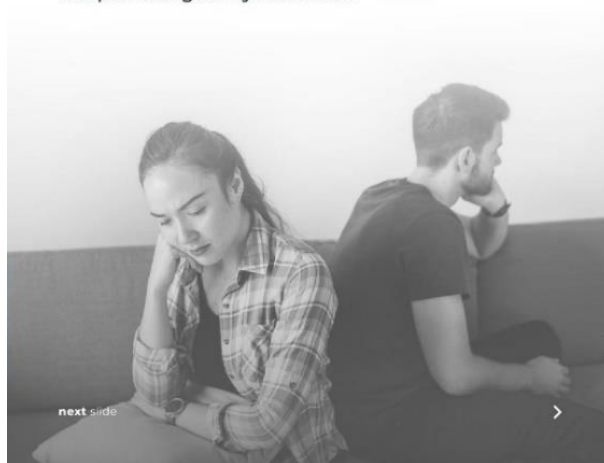


Salah satu kendala tersebut yaitu adanya **perbedaan pandangan** dengan **mertua** terhadap apa yang kita dan pasangan sudah tentukan.

Selalu ada dua pandangan dari sudut pandang mertua, yaitu mertua yang bersifat objektif menerima perbedaan selagi baik dan ada mertua yang menuntut harus sesuai dengan keinginan dan keyakinannya.



Selain itu, banyak salah satu pihak yang menuruti keputusan orangtuanya sendiri tanpa adanya **kesepakatan** dengan **pasangan**, karena menganggap orangtuanya lebih memiliki pengalaman atau karena biasa selalu menuruti ucapan orangtuanya tersebut.





Maka, sangat penting bagi suami-istri **memiliki internal** yang **kuat** untuk menghadapi hal demikian. Agar keputusan yang diambil atas dasar keputusan bersama bukan intervensi dari pihak eksternal.



next slide



Miliki perencanaan hidup dengan pasangan tanpa berkonflik dengan mertua, dengan mempelajari tips dan trik di materi **"Relasi Sehat dan Rukun Dengan Mertua"** dalam kelas **MKP** (Menghadapi Kecemasan Pernikahan).

**NIKAH INSTITUTE**

KELAS MKP SPECIAL EDITION  
INDEPENDENCE DAY OF REPUBLIC INDONESIA

## Menghadapi Kecemasan Pernikahan

Membatasi pernikahan dari kecemasan, masalah pernikahan hubungan yang sehat dan hangat dengan pasangan

**Kelas ini Hanya Didirikan SEKALI dalam SATU TAHUN**

**Materi yang akan didapatkan di kelas ini:**

- 1. Membuat Batasan Sehat Dalam Pembukaan, He More Toxic Relationship
- 2. Anahic Kemawaira Mendapatkan Hubungan Sekutu yang Berkesan dan Berstika
- 3. Memahami Pelejaran Prabah dan Pasa Nikah
- 4. Membangun Relasi Sehat dan Rukun Dengan Mertua
- 5. Jarak Cinta Setiap Hari Dengan Mengenal Wajah dan Karakter Pasangan

**Facilitator:**

Baca dan simak tentang MKP dan bagaimana hubungan pernikahan dapat menjadi lebih harmonis dan bahagia. MKP adalah program pelatihan yang dirancang untuk membantu pasangan dalam menghadapi tantangan pernikahan. MKP adalah program pelatihan yang dirancang untuk membantu pasangan dalam menghadapi tantangan pernikahan. MKP adalah program pelatihan yang dirancang untuk membantu pasangan dalam menghadapi tantangan pernikahan.

**Untuk informasi lebih lanjut, hubungi:**

Contact Us : 0852 3338 4334 | [www.nikahinstitute.com](http://www.nikahinstitute.com)

**Sumber: Instagram Nikah Institute**

Keterangan Gambar: Ambil keputusan dengan bijak, tanpa ada intervensi dari pihak eksternal, ya? Diunggah : 16 Agustus 2022.

## b. Wacana tentang Pernikahan

Gambar 4.5 Gambar Unggahan NI Tentang Pernikahan





Pernikahan bukanlah jalan keluar dari permasalahan yang sedang dialami. Pernikahan juga **bukanlah tempat sebagai pelarian.**



02



Di dalam pernikahan **banyak sekali tanggung jawab** yang harus dipikul, ada komitmen yang harus dijaga, adanya kerjasama, perlu saling menghargai dan berbagi peran.

03



NIKAH  
INSTITUTE# COMPLETE  
YOUR  
MARRIAGE

**Pernikahan** adalah **sebuah ikatan**.

Jika ketika masih sendiri kita bebas memutuskan segalanya sendiri.

Tetapi ketika sudah menikah, kita perlu **diskusi** untuk setiap keputusan yang akan diambil.

04

NIKAH  
INSTITUTE# COMPLETE  
YOUR  
MARRIAGE

Menikah **gak otomatis** akan membuat kita langsung bahagia, santai dan bebas ngapain aja.

05







**Sumber: Instagram Nikah Institute**

Keterangan Gambar : Cek niat keinginan kita untuk menikah yuk, apakah sudah benar atau karena baper? Diunggah : 27 Mei 2022.

## c. Kutipan Tokoh

**Gambar 4.6 Gambar Unggahan NI Kutipan Tokoh**

**Sumber: Instagram Nikah Institute**

Keterangan Gambar: Tanpa rasa percaya, hubungan hambar rasanya. Tanpa rasa percaya, mau dibawa kemana hubungan ini sayang? #pernikahan #cinta #kelaspra nikah Diunggah : 12 Maret 2022.

Proses *decoding* dalam analisis resepsi menghasilkan pemahaman dan pemaknaan khalayak terhadap sebuah teks media (*encoding*) yang diciptakan. Dengan menganalisa pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tentang dakwah digital Nikah Institute, akan memberikan sebuah temuan penelitian tentang posisi resepsi tokoh agama. Secara garis besar, unggahan-unggahan di Instagram Nikah Institute berbicara tentang hubungan pernikahan, pasangan, pranikah, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan

persoalan rumah tangga. Hal tersebut diungkapkan oleh Ketua MUI

Lumajang:

“Nikah Institute menarasikan berbagai hal yang bisa terjadi dalam pernikahan beserta varian penyebabnya. Bagi saya, pendewasaan diri sebelum melangsungkan pernikahan itu sangat penting demikian pula sepanjang pernikahan melalui dakwah digital dan dakwah konvensional.”<sup>105</sup>

Pernikahan awalnya memang sesuatu yang indah, banyak angan dan cita-cita yang pasti ingin dicapai oleh sepasang suami-isteri dalam berumah tangga. Namun, terkadang waktu menunjukkan bahwa sebenarnya pernikahan tidak seindah yang dibayangkan saja. Nyatanya banyak kendala atau persoalan rumah tangga yang perlu diselesaikan secara bersama. Bagi Ustādh Faisol, dalam hal ini maka perlu kedewasaan dan kesiapan seseorang dalam menjalani rumah tangga:

“...Waktu kenalan indah-indah semua. Masuk jenjang perkawinan baru nampak hal-hal yang di luar angan-angan dia. Dalam hal ini, masing-masing pihak tidak memahami bahwa kesempurnaan hanya milik Allah, kita kawin berapa kalipun akan mendapatkan pasangan yang tidak sempurna. Karena itu harus ada kedewasaan dan kesadaran akan keterbatasan dan ketidaksempurnaan masing-masing pasangan kita.”<sup>106</sup>

Wakil Ketua PCNU Lumajang memahami bahwa Nikah Institute berusaha menyampaikan fakta-fakta tentang pernikahan. Tidak ada pernikahan yang berjalan tanpa ada masalah yang mengiringinya. Hal-hal yang demikian ditekankan oleh Nikah Institute agar ketika seseorang

---

<sup>105</sup> Ahmad Hanif, *wawancara*, Lumajang, 11 Desember 2022

<sup>106</sup> Faisol Nasar Bin Madi, *wawancara*, Jember, 10 Desember 2022

memutuskan untuk menikah setidaknya ia telah memiliki gambaran tentang kehidupan pernikahan yang akan dijalannya nanti:

“...Makanya orang kalau menikah diberi ucapan “Selamat Menempuh Hidup Baru”, karena memang setelah menikah seseorang akan menghadapi kehidupan baru. Di mana masalah harus diselesaikan bersama, mengambil keputusan harus ada diskusinya terlebih dahulu, pembagian peran dalam rumah tangga dan lain sebagainya. Oleh karena itu menikah itu memang dibutuhkan ketersalingan antara kedua belah pihak, itu yang berusaha disampaikan dan ditekankan oleh Nikah Institute.”<sup>107</sup>

Dalam sebuah rumah tangga pasangan suami-isteri akan selalu menghadapi masalah. Hal tersebut tidak bisa dihindari, karena manusia bukan makhluk yang sempurna. Kesalahpahaman dan ketidakserasian dalam pasangan pasti akan ada dan ditemui dalam setiap rumah tangga. Namun yang perlu diperhatikan adalah bagaimana cara pasangan tersebut menyikapi masalah dalam rumah tangganya. Pimpinan Pusat Al-Irsyad menjelaskan:

“...Al-Qur’an mengajarkan kita hendaknya selesaikan berdua, jika tidak mampu panggil orang yang dituakan dalam keluarga itu untuk diselesaikan, sampai puncak itu belum selesai, di pengadilan agama pun pasti diberi waktu untuk mediasi. Bagaimana hal-hal yang mengganjal dalam hubungan rumah tangga itu bisa dielesaikan dengan damai. Karena apalagi sudah punya anak. Lembaga-lembaga itu tidak serta merta memutuskan cerai, tidak, itu pintu darurat terakhir, itulah Islam, tidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan.”<sup>108</sup>

Ungkapan tersebut telah diatur dengan jelas dalam Al-Qur’an Surat An-Nisa’ ayat 35:

---

<sup>107</sup> Ahmad Ihwanul Muttaqin, *wawancara*, Lumajang, 02 Desember 2022

<sup>108</sup> Faisol Nasar Bin Madi, *wawancara*, Jember, 10 Desember 2022

وَأَنْ خِفْتُمْ شِقَاقَ بَيْنِهِمَا فَابْعَثُوا حَكَمًا مِّنْ أَهْلِهِ وَحَكَمًا مِّنْ أَهْلِهَا ۗ إِنَّ يُرِيدَا إِصْلَاحًا

يُوفِّقُ اللَّهُ بَيْنَهُمَا ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلِيمًا حَكِيمًا

Jika kamu (para wali) khawatir terjadi persengketaan di antara keduanya, utuslah seorang juru damai dari keluarga laki-laki dan seorang juru damai dari keluarga perempuan. Jika keduanya bermaksud melakukan islah (perdamaian), niscaya Allah memberi taufik kepada keduanya. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Mahateliti.

Ustādh Suharyo juga berpendapat bahwa salah satu hal dihadapi dengan rasa cemas adalah pernikahan. Karena sebuah istilah mengatakan bahwa tidak ada bangku kuliah untuk membangun sebuah rumah tangga. Bagaimanapun, setiap pasangan yang telah menikah harus siap menghadapi segala hal yang ditemui dalam pernikahan, karena sesungguhnya pernikahan itu amalan yang mulia dan kurang lebih ada empat hal yang harus dipahami oleh calon mempelai:

“...Pertama menikah adalah mencari ridho Allah sehingga menikah itu merupakan ibadah. Apapun yang dilakukan bernilai ibadah dan mendapat pahala. Maka seberat apapun beban hidup berumah tangga hal itu mendatangkan pahala. Kedua, menikah itu untuk mengikuti sunnah Nabi SAW. Sebagaimana pesan beliau, "Nikah itu sunnahku. Barang siapa tidak menikah berarti bukan termasuk golonganku." Ketiga, menikah atau berumah tangga itu dalam rangka menambah keturunan sehingga menambah jumlah umat Nabi Muhammad. Saat awal Nabi Muhammad diangkat sebagai Rasulullah, jumlah pengikut beliau sangat terbatas tetapi dengan institusi pernikahan yang disyariatkan jumlah pengikut nabi Muhammad hari ini mencapai 1,9 miliar. Jumlah tersebut diperoleh karena adanya pernikahan. Keempat, menikah itu bertujuan untuk menghindari perbuatan zinā. Hal ini tergambar dari kehidupan negara-negara maju yang jauh dari praktek syariat agama sehingga melegalkan pergaulan bebas justru menimbulkan perzinahan yang luar biasa yang berakibat datangnya

berbagai macam penyakit dan bisa jadi hal tersebut Mengundang datangnya murka Allah.”<sup>109</sup>

Dalam Al-Qur`an dan hadis, perkawinan disebut dengan النكاح dan al-ziwaj, al-zawju atau al-zijah ( الزواج، الزواج، الزيجة ). Secara harfiah, nikah berarti al-wath`u (الوطء), al-dhammu (الضم), dan al-jam`u (الجمع). Al-wath`u adalah mashdar dari watha`a (وطأ) artinya memijak, menginjak, memasuki, menggauli dan bersetubuh.<sup>110</sup>

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur`an Surat Ar-Rum ayat 21:

وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ  
يَتَفَكَّرُونَ

“Di antara tanda-tanda (kebesaran)-Nya ialah bahwa Dia menciptakan pasangan-pasangan untukmu dari (jenis) dirimu sendiri agar kamu merasa tenteram kepadanya. Dia menjadikan di antaramu rasa cinta dan kasih sayang. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi kaum yang berpikir.”

Ketua Nasyiatul Aisyiyah Muhammadiyah Lumajang memahami unggahan Nikah Institute sebagai sebuah peringatan bahwa jangan mencinta seseorang dengan 100 persen. Cinta yang benar adalah cinta yang didasarkan karena Allah, bukan karena nafsu semata:

“Untuk menjaga pasangan harus ada saling kepercayaan dan yang terakhir tadi yang saya baca itu ada perjanjian pra nikah kalau di Indonesia itu ternyata masih tabu. Bukan menginginkan perceraian, tapi untuk menghindari percetakan dalam pernikahan. Supaya tidak terjadi miss komunikasi di kemudian hari.”

<sup>109</sup> Suharyo, *wawancara*, Lumajang, 08 Desember 2022

<sup>110</sup> Muhammad Amin Summa, *Hukum Keluarga Islam di Dunia Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 42.

Hadirnya Nikah Institute ini bagi Ustādh Suharyo banyak memberikan pencerahan pada masyarakat luas tentang pernikahan dari sudut pandang agama dan literasi yang mudah dipahami oleh pasangan muda yang hendak melakukan pernikahan:

“...Dalam literasi yang dikembangkan oleh Nikah Institute, banyak kalimat yang menyentuh dan menarik perhatian antara lain, "Tidak ada pernikahan yang bebas dari masalah". Hal ini memberikan kesadaran bahwa seseorang yang membangun pernikahan itu juga akan menghadapi masalah. Tapi masalah yang dihadapi bisa menemukan titik temu terbaik oleh pasangan suami istri sehingga mampu membangun keluarga yang sakinah, mawadah, warahmah, wabarokah.<sup>111</sup>

Pemaparan para tokoh agama yang sepakat bahwa kehadiran dakwah Nikah Institute memberikan pemahaman tentang kehidupan berumah tangga yang tidak selalu berjalan sesuai dengan yang diangankan dipengaruhi oleh faktor pengalaman, penilaian dan situasi lingkungan. Pengalaman berumah tangga yang telah dijalani oleh kelima tokoh agama serta faktor lingkungan yang menggambarkan kehidupan dalam berumah tangga membuat kelimanya sepakat bahwa Nikah Institute memberikan wawasan yang luas dan sesuai dengan perkembangan zaman tentang dunia pernikahan. Kelimanya menilai, hal tersebut akan dibutuhkan oleh pasangan yang akan melangsungkan pernikahan, bahwa kesepahaman dan kesadaran antar pasangan terhadap kelebihan atau kekurangan masing-masing akan

---

<sup>111</sup> Suharyo, *wawancara*, Lumajang, 08 Desember 2022

membuat rumah tangga berjalan dengan lebih harmonis dan tidak mudah untuk memilih jalan berpisah ketika menghadapi persoalan rumah tangga.

Islam mensyariatkan salah satu tujuan menikah adalah untuk mendapatkan keturunan. Keturunan yang dimaksud ialah memiliki anak kandung dari hasil pernikahan yang dilangsungkan antara laki-laki dan perempuan. Hal tersebut termaktub dalam Firman Allah SWT bisa firman QS. An-Nisā ayat 1:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا

“Wahai manusia, bertakwalah kepada Tuhanmu yang telah menciptakanmu dari diri yang satu (Adam) dan Dia menciptakan darinya pasangannya (Hawa). Dari keduanya Allah memperkembangbiakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. Bertakwalah kepada Allah yang dengan nama-Nya kamu saling meminta dan (peliharalah) hubungan kekeluargaan. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasimu.”

Ustādh Ihwan memahami alasan Nikah Institute selalu berusaha menampilkan fakta persoalan pernikahan, karena Nikah Institute sebenarnya berusaha untuk memberikan solusi preventif lewat program kelas-kelas online yang telah disusunnya. Akan tetapi, beragamnya kelas online Nikah Institute mungkin bagi sebagian orang dinilai baik karena lebih spesifik, namun bagi sebagian orang mungkin akan dirasa agak rumit:

“...Saya lihat, banyak sekali kelas online di Nikah Institute. Sebenarnya ini boleh jadi efektif atau boleh jadi tidak. Karena, dalam rumah tangga itu kan persoalannya kompleks, dan kemungkinan berbeda-beda dalam setiap rumah tangga. Bagi pasangan yang ingin menimba ilmu tentang satu persoalan rumah tangga saja, mungkin



bisa mengikuti satu kelas online Nikah Institute. Akan tetapi mungkin bagi pasangan yang memiliki keinginan untuk mengetahui ilmu rumah tangga secara keseluruhan, ini akan jadi agak rumit karena harus mendaftar ke beberapa kelas Nikah Institute. Mungkin ke depannya, Nikah Institute bisa menyediakan paket kelas bundling yang di dalamnya membahas berbagai persoalan dalam pernikahan.”<sup>112</sup>

Sama halnya dengan yang disampaikan Wakil PCNU Lumajang, terkait dengan kelas di Nikah Institute yang terbagi menjadi beberapa bagian, Ibu Suriyah kurang setuju. Karena menurutnya ilmu untuk siapa saja. Kenapa Nikah Institute harus membatasi penyampaian ilmunya dengan memprogram beberapa kelas pernikahan yang bisa diikuti secara terbatas. Ibu Suriyah menilai hal ini kurang efektif:

“...Kalau seseorang *continue* ikut Kelas Nikah Institute, maka ilmunya akan terus berkelanjutan, tapi bagi yang hanya sekedar ikut satu kelas, itu nanti pemahamannya akan kurang, karena tidak ikut *step by step*. Jadi menurut saya kelas pernikahan di Nikah Institute ini kurang efektif karena dibeda-bedakan kelasnya. Tapi di dalam rumah tangga itu kan masalah beda-beda, Insya Allah selama kita berfikirnya secara logika dan tidak terbawa ego, Insya Allah apapun masalahnya pasti akan terkomunikasikan dengan baik. Jadi kalau saya pribadi, masalah itu bisa dipecahkan kalau ada salah satu yang *cooling down* dalam sebuah pasangan. Karena dalam berumah tangga, ilmu secara teori memang dibutuhkan, tapi yang lebih penting ilmu secara praktik.”<sup>113</sup>

Pendapat yang diungkapkan oleh Wakil Ketua PCNU Lumajang dan Ketua Nasyiatul Aisyiyah Muhammadiyah Lumajang didasarkan oleh faktor kebutuhan. Keduanya memandang bahwa kebutuhan masyarakat dalam mengakses ilmu tentang pernikahan berbeda-beda, oleh karena itu

---

<sup>112</sup> Ahmad Ihwanul Muttaqin, *wawancara*, Lumajang, 02 Desember 2022

<sup>113</sup> Suriyah Purwaningsih, *wawancara*, Lumajang, 06 Desember 2022

pengklasifikasian program kelas pernikahan oleh Nikah Institute dinilai kurang efektif.

Terlepas dari pendapat tokoh agama yang menganggap bahwa kelas pernikahan Nikah Institute kurang efektif. Risal Madinah Ahsana Putri, seorang pengikut Instagram Nikah Institute dan telah beberapa kali mengikuti kelas online di NI merasa terbantu. Karena di sana ia diajarkan tindakan preventif dalam menghadapi persoalan rumah tangga:

“...Nah terus yang ini. ternyata setelah menikah, walaupun saya sudah pernah ikutan kelas pra nikahnya kaya masih kurang aja gitu, saya masih butuh ilmu lagi. Untungnya di kelas Nikah Institute itu banyak macam dan tingkatannya kan. Ada yang cocok untuk persiapan sebelum nikah dan ada untuk yang sudah menikah. Materinya kaya sudah diatur supaya bisa sesuai dengan fenomena-fenomena yang umumnya terjadi. Contohnya, gimana cara berkomunikasi sama mertua, memahami karakter pasangan, membangun komunikasi yang sehat sama keluarga pasangan, dll.”<sup>114</sup>

Bagi Risal, Nikah Institute merupakan wadah bagi seseorang yang ingin memahami dan mempersiapkan diri dengan utuh untuk menghadapi pernikahan beserta lika-liku yang akan ditemui nanti. Materi yang dikemas dengan perspektif agama dan ilmiah membuat kelas penyampaian ilmu pernikahan di Nikah Institute seimbang, karena segala sesuatu tidak bisa dinilai dari satu sudut pandang saja:

“...Saya rasa, lembaga-lembaga ilmu pernikahan seperti Nikah Institute ini sangat membawa dampak positif bagi masyarakat. Mengingat banyaknya angka perceraian yang diakibatkan masalah sepele, yaitu ketidaksiapan mental atau ketidak pahaman masyarakat memaknai pernikahan. Andai saja pemerintah menerapkan syarat bagi pasangan yang hendak menikah wajib mengikuti kelas pra nikah.

---

<sup>114</sup> Risal Madinah Ahsana Putri, *wawancara*, Instagram, 30 November 2022

Supaya lebih banyak membawa bekal ilmu untuk menghadapi pernikahan yang diimpikan adalah pernikahan yang sekali seumur hidup. Saya pribadi dan suami merasakan betul. Kami setidaknya sudah membekali ilmu lewat kelas NI, ternyata menerapkan teori-teori dalam praktek di kehidupan nyata juga butuh effort lebih, apalagi yang tidak ada persiapan sama sekali? So, dengan adanya lembaga-lembaga pendidikan pra nikah ini diharapkan bisa meminimalisir konflik rumah tangga yang banyak terjadi di luaran sana.”<sup>115</sup>

Sama halnya dengan Risal, Rizqi Amalia yang juga pengikut Instagram Nikah Institute dan telah mengikuti kelas *online* Nikah Institute merasa terbantu akan pemahamannya terkait pernikahan. Bahwa memang pernikahan itu tidak mudah, sehingga ketika seorang yang sudah memasuki usia pernikahan itu tidak terlalu terburu-buru untuk menikah, akan tetapi bisa mempelajari dulu ilmunya lewat Nikah Institute:

“...Jadi jangan sampai ketika nanti ujian pernikahan kita malah keteteran, setidaknya ketika belajar di Nikah Institute, mengikuti kelas-kelas itu kita udah paham, ini masalah yang kemarin aku ketemu nih preventifnya kaya gini, cara mengatasinya kaya gini, walaupun memang ngga akan selalu sama, tapi kurang lebih dengan kasus-kasus yang mirip seperti itu kita jadi paham bagaimana yang harus kita lakukan, kurang lebih seperti itu. Nikah Institute ini menurut saya juga keren banget. Karena memang kalau dari background syariat memang foundernya ini kan Ning Nurul selain seorang psikolog, beliau juga sama dengan saya yaitu seorang santri. Jadi selain ada pemahaman neurosains atau psikologi, beliau juga ada pemahaman ilmu tasawuf. Sehingga ketika digabungkan itu menghasilkan suatu keseimbangan yang sangat sempurna. Jadi setiap masalah, problem atau case itu dapat dilihat dari berbagai perspektif, sehingga bagus menurut saya.”<sup>116</sup>

Pendapat yang dipaparkan oleh kedua pengikut Instagram Nikah Institute didasari oleh faktor kebutuhan, penilaian, ekspektasi, tampak luar

---

<sup>115</sup> Risal Madinah Ahsana Putri, *wawancara*, Instagram, 30 November 2022

<sup>116</sup> Rizqi Amalia, *wawancara*, WhatsApp, 03 Desember 2022

dan sifat-sifat stimulus. Keduanya merasa butuh untuk memperoleh ilmu tentang pernikahan guna dapat mengatasi persoalan rumah tangga yang akan ditemui nanti, sehingga keduanya menilai bahwa Nikah Institute merupakan sebuah program kelas pernikahan yang tepat untuk diikuti dengan harapan dapat memberikan keilmuan tentang rumah tangga yang sesuai dengan perkembangan zaman. Tampak luar dan stimulus yang diberikan Nikah Institute dalam unggahan-unggahannya di Instagram, membuat keduanya tidak ragu untuk memilih Nikah Institute sebagai kelas pernikahan yang akan membimbing kehidupan berumah tangganya.

Berdasarkan pemaparan para tokoh agama yang dihasilkan dari pengamatan dakwah NI di Instagram. Semuanya sepakat bahwa NI mengunggah teks untuk memahami pasangan yang akan atau sedang menjalani pernikahan untuk bersiap terhadap masalah yang akan ditemui dalam berumah tangga. Penerimaan pesan yang sama juga disampaikan oleh dua pengikut Instagram NI yang juga telah selesai mengikuti kelas *online* NI. Hal ini berarti bahwa maksud NI untuk menyuarakan ilmu pernikahan tersampaikan dengan baik.

Terlepas dari pemahaman tersebut, beberapa tokoh agama juga bernegosiasi dengan pendapatnya bahwa kelas *online* yang telah diprogram oleh NI kurang efektif. Hal ini dikarenakan kelas online NI diklasifikasikan menjadi beberapa bagian, sehingga kemungkinan akan membuat khalayak tidak bisa mengikuti semua kelasnya dengan sekali mendaftar saja.

Proses *encoding* dan *decoding* dalam analisis resepsi akan menempatkan khalayak ke dalam tiga posisi, yaitu posisi dominan, negosiasi dan oposisi. Maka di sini peneliti akan menjelaskan di mana posisi tokoh agama dalam menginterpretasi makna isi media NI:

**Tabel 4.2 Posisi Resepsi Tokoh Agama tentang Dakwah Digital NI di Instagram**

No.	Tokoh Agama	Posisi Dominan	Posisi Negosiasi	Posisi Oposisi	Keterangan
1.	Dr. H. Faisol Nasar Bin Madi, M.A (Pimpinan Pusat Al-Irsyad al-Islamiyah)	√			Pimpinan Pusat Al-Irsyad setuju dengan unggahan-unggahan NI di Instagram, bahwa dalam pernikahan akan selalu ada masalah yang dihadapi oleh kedua mempelai. Maka dari itu kesepahaman antar pasangan harus selalu terjaga dengan baik, agar ketika masalah datang tidak serta-merta memutuskan untuk bercerai. Sedangkan dalam Al-Qu'an dan hukum pemerintah, perceraian merupakan alternatif terakhir jika memang pasangan suami-isteri benar-benar tidak bisa memiliki kesepahaman lagi.
2.	K.H. Ahmad Hanif (Ketua MUI Lumajang)	√			Ketua MUI Lumajang beranggapan bahwa

					<p>unggahan Nikah Institute di Instagram memberikan pesan pada pasangan dalam berumah tangga harus ada kedewasaan dalam menghadapi masalah.</p>
3.	<p>Suharyo, S.H. (Penasihat Pimpinan Daerah Muhammadiyah Lumajang)</p>	√			<p>Penasihat Pimpinan Daerah Muhammadiyah Lumajang ini menerima pesan Nikah Institute dengan baik. Baginya, Nikah Institute memberikan banyak pencerahan kepada masyarakat luas tentang pernikahan dari sudut agama dan literasi yang mudah dipahami oleh pasangan muda.</p>
4.	<p>Suriyah Purwaningsih (Ketua Nasyiatul Aisyiyah Muhammadiyah Lumajang)</p>		√		<p>Ketua Nasyiatul Aisyiyah ini setuju dengan maksud pesan yang disampaikan oleh NI. Akan tetapi, pengklasifikasian kelas online Nikah Institute baginya kurang efektif untuk menyampaikan ilmu pernikahan. Karena menurutnya ilmu seharusnya bisa diakses oleh siapa saja.</p>

5.	Dr. Ahmad Ihwanul Muttaqin, M.Pd.I. (Wakil Ketua Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Lumajang)		√	Wakil Ketua PCNU Lumajang memahami bahwa teks yang dikembangkan oleh Nikah Institute merupakan sebuah pembelajaran awal tentang persoalan rumah tangga yang mungkin akan dihadapi oleh pasangan suami-isteri. Namun, ia juga berpendapat, kelas <i>online</i> NI yang beragam kurang efektif. Ke depan, ia berharap NI bisa memberikan kelas <i>online</i> yang mencakup semuanya, lebih seperti sebuah paket kelas <i>online</i> komplit.
----	--	--	---	--

**Sumber: Diolah oleh Peneliti berdasarkan temuan data di lapangan**

Berdasarkan tabel di atas, tiga tokoh agama berada dalam posisi dominan, dua lainnya berada dalam posisi negosiasi dan tidak ada tokoh agama yang menempati posisi oposisi. Hal ini menunjukkan, teks dakwah yang diunggah oleh NI di Instagram secara keseluruhan dapat dipahami oleh tokoh agama. Namun dalam beberapa aspek tokoh agama juga menginterpretasikannya sesuai makna yang dikehendaki.

## B. Temuan Penelitian

Temuan penelitian di sini merupakan rangkuman data yang peneliti temukan di lapangan sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditetapkan.

**Tabel 4.3 Temuan Lapangan**

No.	Fokus Penelitian	Temuan Penelitian
1.	Bagaimana pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tentang dakwah digital Indonesia Tanpa Pacaran di Instagram?	<p>Pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tentang dakwah digital Indonesia Tanpa Pacaran di Instagram menghasilkan dua posisi resepsi tokoh agama. Yaitu posisi dominan dan posisi negosiasi. Tokoh agama yang berada dalam posisi dominan adalah Ketua MUI Lumajang dan Penasihat Pimpinan Daerah Muhammadiyah Lumajang. Hal ini terjadi karena keduanya memahami maksud dari teks ITP secara utuh dan tidak menginterpretasikan makna yang berbeda dari kehendak pesan pencipta teks.</p> <p>Kemudian, tokoh agama yang berada pada posisi negosiasi adalah Pimpinan Pusat Al-Irsyad, Ketua Nasyiatul Aisyiyah Muhammadiyah Lumajang dan Wakil Ketua PCNU Lumajang. Hal ini dikarenakan keduanya memahami teks ITP, namun juga menginterpretasikan dengan makna yang dikehendaki.</p> <p>Sedangkan sebagai data pendukung, yakni pengikut Instagram gerakan ITP, tentu menempati posisi dominan, karena berdasarkan pemaparan pemahamannya, mereka memang mengikuti ITP untuk mencari dukungan atas pemikiran mereka bahwa pacaran itu haram dan sebaiknya dihindari agar tidak mendekati pada perbuatan zina.</p>



2.	Bagaimana pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tentang dakwah digital Nikah Institute di Instagram?	<p>Pemahaman dan pemaknaan tokoh agama tentang dakwah digital Indonesia Tanpa Pacaran di Instagram menghasilkan dua posisi resepsi tokoh agama. Yaitu posisi dominan dan posisi negosiasi. Tokoh agama yang berada dalam posisi dominan adalah Pimpinan Pusat Al-Irsyad, Ketua MUI Lumajang dan Penasihat Pimpinan Daerah Muhammadiyah Lumajang. Hal ini terjadi karena keduanya memahami maksud dari teks NI secara utuh dan tidak menginterpretasikan makna yang berbeda dari kehendak pesan pencipta teks.</p> <p>Kemudian, tokoh agama yang berada pada posisi negosiasi adalah Ketua Nasyiatul Aisyiyah Muhammadiyah Lumajang dan Wakil Ketua PCNU Lumajang. Hal ini dikarenakan keduanya memahami teks NI, namun juga menginterpretasikan dengan makna yang dikehendaki.</p> <p>Sedangkan sebagai data pendukung, yakni pengikuti Instagram sekaligus alumni kelas pernikahan Nikah Institute, tentu menempati posisi dominan, karena berdasarkan pemaparan pemahamannya, mereka memang mengikuti kelas NI untuk mencari ilmu tentang pernikahan yang dijelaskan dari berbagai sudut pandang. Sehingga ilmu pernikahan yang mereka terima bukan hanya berdasarkan syariat Islam saja, akan tetapi juga berdasarkan kajian ilmiah yang relevan dengan perkembangan zaman saat ini.</p>
----	--	---

**Sumber: Diolah oleh Peneliti berdasarkan temuan data di lapangan**

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### A. Pemahaman dan Pemaknaan Tokoh Agama Tentang Dakwah Digital Indonesia Tanpa Pacaran di Instagram

Mengutip pendapat Purwodarminto, persepsi ialah tanggapan langsung seseorang ketika telah memroses sebuah pengetahuan dari berbagai hal melalui panca indera. Hampir sama dengan Purwodarminto, Rudolph F. Verdeber juga menjelaskan bahwa persepsi ialah proses pengelaborasi informasi yang didapatkan dengan panca indera.<sup>117</sup> Konsep khalayak aktif dalam analisis resepsi seolah ingin memberikan pemahaman bahwa pesan yang disampaikan oleh *encoder* tidak serta merta selalu diterima dengan baik oleh *decoder*. Karena pada dasarnya setiap individu memiliki dimensi berpeikirnya sendiri dan mampu untuk menginterpretasikan teks ke dalam makna yang dikehendaknya. Bahkan sesama tokoh agama yang memiliki kemampuan agama mumpuni bisa memberikan pemahaman dan pemahaman yang bervariasi terhadap satu objek kajian.

Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis posisi resepsi dalam penelitian ini yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Para tokoh agama memberikan pemahaman yang hampir serupa terhadap wacana dakwah yang diunggah ITP di Instagram, yaitu memahami sebagai upaya pencegahan terhadap pemuda

---

<sup>117</sup> Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 180.

agar tidak terjerumus dalam hal negatif dari pacaran. Pemahaman ini muncul dari pengamatan tokoh agama terhadap unggahan-unggahan ITP yang cenderung konsisten untuk mendakwahkan larangan pacaran.

Analisis resepsi memandang bahwa komunikasi tidak sesederhana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan melalui sebuah media, namun analisis resepsi memandang bahwa khalayak bersifat aktif serta dapat memiliki resepsi yang diciptakan menurut sudut pandangnya sendiri. Seperti yang dipaparkan oleh Deddy Mulyana bahwa inti komunikasi adalah persepsi, lalu inti dari persepsi ialah penafsiran (interpretasi) yang identik dengan pemaknaan ulang (*decoding*) dalam sebuah proses komunikasi. Deddy Mulyana juga memaparkan bahwa penentu dari pemilihan suatu pesan dan pengabaian pesan lain dari sebuah teks adalah persepsi.<sup>118</sup>

Penciptaan makna dalam proses resepsi, membut beberapa tokoh agama berada dalam posisi negosiasi. Hal ini bukan sesuatu yang dapat dihindari dalam analisis resepsi. Karena sekali lagi, khalayak dipandang aktif. Khalayak yang disini seorang tokoh agama tentu memiliki pemahaman dan mampu membuat maknanya sendiri terkait dakwah ITP. Meski dalam Islam telah dinyatakan secara tegas bahwa dilarang mendekati zina, namun faktanya gaya berpacaran yang cenderung negatif saat ini masih banyak dilakukan. Dalam menarasikan

---

<sup>118</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2000), 168.

larangan pacaran, ITP selalu berpedoman pada salah satu firman Allah dalam al-Qur'an Surat Al-Isra' ayat 32:

وَلَا تَقْرُبُوا الزَّوْجَ إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً يَوْسَاءَ سَبِيلاً

“Dan janganlah kamu mendekati zina; Sesungguhnya zina itu adalah suatu perbuatan yang keji. dan suatu jalan yang buruk.”

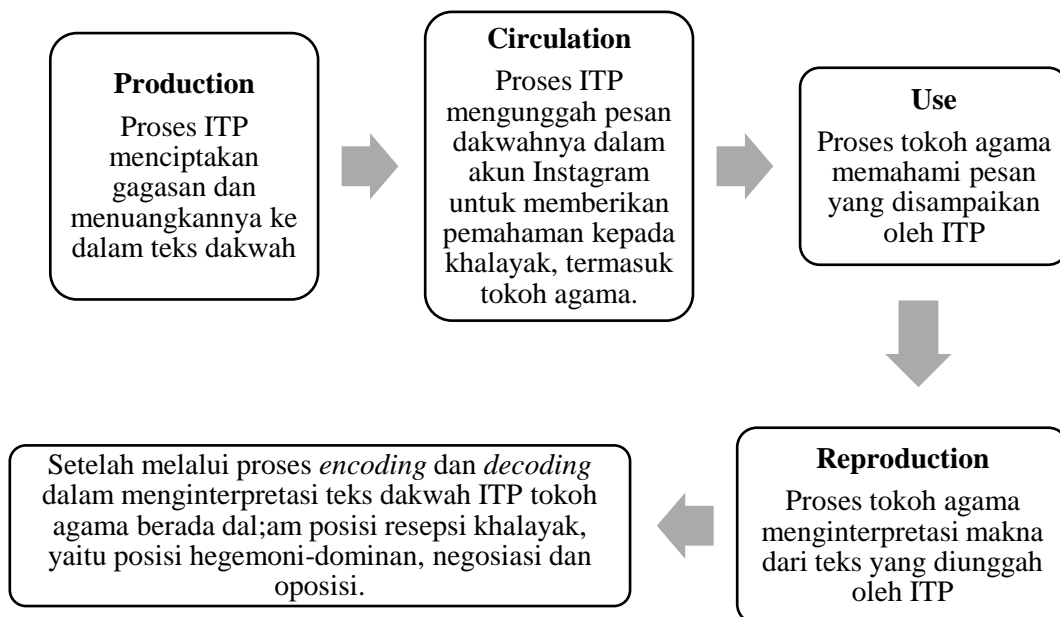
Berdasarkan observasi ITP atas fakta pacaran, membuat ITP gencar melakukan dakwahnya untuk menghapus pacaran di Indonesia, akan tetapi tetap saja beberapa tokoh agama berpendapat bahwa tujuan ITP tersebut tidak akan terwujud dengan mudah. Hal ini diungkapkan berdasarkan berbagai faktor yang dinilai akan mempersulit tujuan ITP tersebut.

Salah satunya adalah karena fenomena-fenomena pacaran yang terjadi saat ini tidak bisa dilepaskan dari pemahaman umat tentang syariat yang seharusnya dijalankan. Pemahaman umat Islam yang kurang terhadap syariat juga berakibat terhdap pemahaman generasi muda, karena bagaimanapun generasi muda mendapatkan pendidikan agama dasar dari keluarganya. Seperti sebuah istilah mengungkapkan bahwa ibu adalah “*madrasatul ula*” bagi anak-anaknya.

Stuart Hall merumuskan empat alur komunikasi yang disebut dengan *circuit*, antara lain *production*, *circulation*, *use* dan *reproduction*. Alur komunikasi yang ditawarkan oleh Stuart Hall memberikan pemahaman bahwa komunikasi tidak hanya sekadar menerima pesan, namun dapat mereproduksi pesan yang dipahaminya sesuai dengan kehendak yang diinginkan. Dalam resepsi tokoh agama tentang dakwah ITP, *production* adalah proses ITP menciptakan pesan. *Circulation* merupakan proses dakwah ITP yang diunggah

di media sosial untuk memberikan pemahaman kepada khalayak, termasuk tokoh agama. *Use* merupakan proses tokoh agama dalam memahami pesan yang disampaikan oleh ITP, dan *reproduction* merupakan proses interpretasi tokoh agama tentang dakwah yang diunggah oleh ITP. Alur komunikasi ini merupakan proses *encoding* dan *decoding* yang menghasilkan sebuah temuan posisi tokoh agama dalam menginterpretasikan dakwah yang disampaikan ITP di Instagram. Untuk lebih dipahami, penggambaran tentang alur komunikasi Stuart Hall akan diproyeksikan sebagaimana berikut:

**Gambar 5.1 Alur Komunikasi Stuart Hall Terhadap Teks Dakwah ITP**



**Sumber: Diproyeksikan Sesuai dengan Teori Analisis Resepsi Stuart Hall**

Dalam pembentukan persepsi khalayak terhadap sebuah teks, terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi:<sup>119</sup>

2. Faktor internal (faktor yang berasal dari dalam diri khalayak), yaitu :
  - a. Pengalaman
  - b. Kebutuhan
  - c. Penilaian
  - d. Ekspektasi (pengharapan)
3. Faktor eksternal (faktor yang berasal dari luar diri khalayak), yaitu:
  - a. Tampak luar
  - b. Sifat – sifat stimulus
  - c. Situasi lingkungan

Perbedaan faktor internal dan eksternal dalam memberikan pengaruh kepada khalayak akan menciptakan resepsi yang berbeda pula. Maka dari itu, penelitian dengan analisis resepsi dapat menghasilkan posisi khalayak yang berbeda-beda, baik khalayak berada dalam posisi dominan, negosiasi ataupun oposisi, pasti ada faktor yang memengaruhi pemahaman dan pemaknaannya. Penelitian dengan menggunakan analisis resepsi telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, baik dalam bentuk tugas akhir dan jurnal-jurnal *online*. Namun belum ada analisis resepsi dengan objek dakwah digital Indonesia Tanpa Pacaran di Instagram.

---

<sup>119</sup> Restiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2005), 69.

Pemilihan subjek penelitian, tokoh agama, juga bukan semata-mata untuk menampilkan distingsi dalam penelitian ini. Peneliti merasa perlu menjadikan tokoh agama sebagai subjek penelitian karena secara garis besar pembahasan dalam penelitian ini ialah penyampaian dakwah dengan media digital. Peneliti merasa penting bagi tokoh agama untuk mengikuti perkembangan dakwah digital yang terjadi saat ini, khususnya di Indonesia. Karena sebagai tokoh agama, pemikiran dan langkah-langkah dinamisnya diperlukan untuk menyampaikan dakwah Islam pada umat manusia di muka bumi ini. Dengan melakukan pengamatan terhadap dakwah digital Indonesia Tanpa Pacaran, peneliti berharap para tokoh agama bisa mengembangkan kajian dakwah digital yang lebih baik lagi.

#### **B. Pemahaman dan Pemaknaan Tokoh Agama Tentang Dakwah Digital Nikah Institute di Instagram**

Dalam analisis resepsi, terdapat tiga elemen pokok yang secara eksplisit bisa disebut sebagai “*the collection* (pengumpulan), *analysis* (analisis), and *interpretation of reception data* (interpretasi resepsi data)”:<sup>120</sup> Pengumpulan data dalam hal ini ialah mengelompokkan hasil wawancara mendalam dari tokoh agama terhadap dakwah digital Nikah Institute di Instagram. Data yang telah dihimpun kemudian dianalisis dan ditentukan posisi resepsi tokoh agama ke dalam tiga posisi yang telah ditetapkan Stuart Hall dalam penelitian resepsi, yaitu posisi dominan, posisi negosiasi dan posisi oposisi.

---

<sup>120</sup> Klaus Bruhn Jensen and Jankowski, W Nicholas, *A Handbook of...*, 139-140.

Posisi dominan ialah ketika khalayak menerima dan memahami pesan yang diciptakan komunikator secara utuh. Posisi negosiasi yaitu ketika khalayak menerima pesan dari komunikator, namun juga memaparkan pemaknaan menurut sudut pandang yang dimilikinya. Sedangkan posisi oposisi merupakan sebuah pemahaman dan pemaknaan khalayak yang tidak setuju dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator, khalayak memiliki prinsipnya sendiri sehingga mengolah pesan sedemikian rupa dan menghasilkan makna yang berbeda dengan yang diharapkan oleh komunikator.

Muzafer Sherif menjabarkan teori penilaian sosial tentang bagaimana individu akan menilai pesan yang berpengaruh pada sistem keyakinannya, dan dalam beberapa kasus, lumrahnya terdapat tingkat ungkapan yang diterima dan ingin ditahan. Serta tingkatan saat individu ingin menolaknya. Antara penolakan dan penerimaan individu dipengaruhi oleh satu variabel kunci yakni adanya peran ego. Keikutsertaan ego merupakan pemahaman tentang hubungan pribadi dengan suatu persoalan.<sup>121</sup>

Dengan pemaparan teori penilaian sosial di atas, maka dalam menilai pesan dakwah Nikah Institute tokoh agama dapat dikatakan dipengaruhi oleh keyakinannya. Keyakinan bahwa maksud dari pesan yang diunggah Nikah Institute merupakan sebuah perluasan ilmu tentang kehidupan berumah tangga membuat tokoh agama memahami dan menerima pesan Nikah Institute dengan

---

<sup>121</sup> Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), 106.



baik, sehingga ada beberapa tokoh agama yang berada dalam posisi dominan hegemonik. Hal tersebut juga dialami oleh pengikut Nikah Institute yang telah mengikuti kelas *online* Nikah Institute dan merasa terbantu dengan adanya kelas itu. Pengikut Nikah Institute meyakini bahwa kelas *online* memberikan sebuah ilmu yang berfungsi sebagai tindakan preventif ketika menghadapi masalah atau persoalan dalam rumah tangga. Sedangkan tokoh agama yang berada dalam posisi negosiasi memiliki keyakinan bahwa kelas online Nikah Institute tidak efektif karena diklasifikasikan sedemikian rupa, sehingga banyak macam dan jenisnya. Kelas online yang bermacam-macam dinilai akan membuat khalayak bingung untuk menentukan mengikuti kelas yang mana, sementara persoalan dalam rumah tangga kompleks dan cenderung berbeda-beda dalam setiap hubungan.

Pemerintah juga telah mengatur tentang bimbingan keluarga yang diberikan sebelum dilaksanakannya pernikahan dalam Peraturan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam No. DJ.11/491 tahun 2009 tentang Kursus Calon Pengantin. Lalu pada tahun 2013 peraturan itu dimutakhirkan dengan dikeluarkannya Peraturan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam No. DJ.II/542 tahun 2013 tentang Pedoman Penyelenggaraan Kursus Pra Nikah. Kemudian di tahun 2009 program ini dikenal dengan “kursus calon pengantin”, namun pada tahun 2013 program ini dikenal dengan “kursus pra

nikah”.<sup>122</sup> Kehadiran Nikah Institute dengan program kelas *online* pernikahan seolah menjawab rumusan peraturan pemerintah tentang bimbingan keluarga.

Terkait dengan tuntunan menikah, sebuah hadits menyebutkan bahwa menikah adalah Sunnah Rasul:

النِّكَاحُ سُنَّتِي فَمَنْ رَغِبَ عَن سُنَّتِي فَلَيْسَ مِنِّي

“Nikah itu sunnahku, barang siapa yang tidak menyukai sunnahku, maka ia tidak termasuk dalam golonganku.”<sup>123</sup>

Berdasarkan hadits tersebut dapat dikatakan bahwa termasuk keutamaan menikah adalah mengikuti Sunnah Rasul. Bahkan Rasul secara tegas bersabda bahwa barang siapa yang meninggalkan sunnahku, maka bukan golonganku.

Pemahaman tentang konsepsi keturunan sebagai salah satu dari tujuan pernikahan dapat pula dilihat dari Firman Allah dalam QS. An-Nahl ayat 72 :

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا وَجَعَلَ لَكُمْ مِنْ أَزْوَاجِكُمْ بَنِينَ وَحَفَدَةً وَرَزَقَكُمْ مِنَ

الطَّيِّبَاتِ أَفَبِالْبَاطِلِ يُؤْمِنُونَ وَبِنِعْمَتِ اللَّهِ هُمْ يَكْفُرُونَ

“Allah menjadikan bagimu pasangan (suami atau istri) dari jenis kamu sendiri, menjadikan bagimu dari pasanganmu anak-anak dan cucu-cucu, serta menganugerahi kamu rezeki yang baik-baik. Mengapa terhadap yang batil mereka beriman, sedangkan terhadap nikmat Allah mereka ingkar?”

Teori penilaian sosial tersebut menurut peneliti juga berkaitan dengan teori komunikasi intrapersonal yang mengungkapkan bahwa proses komunikasi yang

<sup>122</sup> Zakyyah Iskandar, “Peran Kursus Pra Nikah dalam Mempersiapkan Pasangan Suami-Istri Menuju Keluarga Sakinah”, *Jurnal Al-Ahwal*, Vol. 10 No. 1, (Juni 2017), 89.

<sup>123</sup> Jalaluddin al-Suyûtî, *Lubâb al-Hadîts*, (Surabaya: Al-Miftah, t.t.), 42.

terjadi dengan diri sendiri adalah dialog internal yang bisa terjadi bahkan saat seseorang bersama dengan orang lain. Komunikasi intrapersonal acapkali mempelajari peran kognisi dalam perilaku manusia. Dalam konteks ini lumrahnya dilakukan berulang-ulang dari pada komunikasi lainnya. hal Uniknya adalah komunikasi intrapersonal melingkupi saat dimana seseorang bisa membayangkan, melamun, mempersepsikan dan memecahkan masalah dalam pikiran.<sup>124</sup> Dalam menginterpretasikan makna dari teks media, seseorang mungkin juga mengalami komunikasi intrapersonal yang membuatnya membayangkan dan membentuk sebuah persepsi tentang objek yang sedang dikaji. Karena seperti yang dikatakan di atas bahwa komunikasi intrapersonal bahkan bisa terjadi ketika individu bersama dengan orang lain.

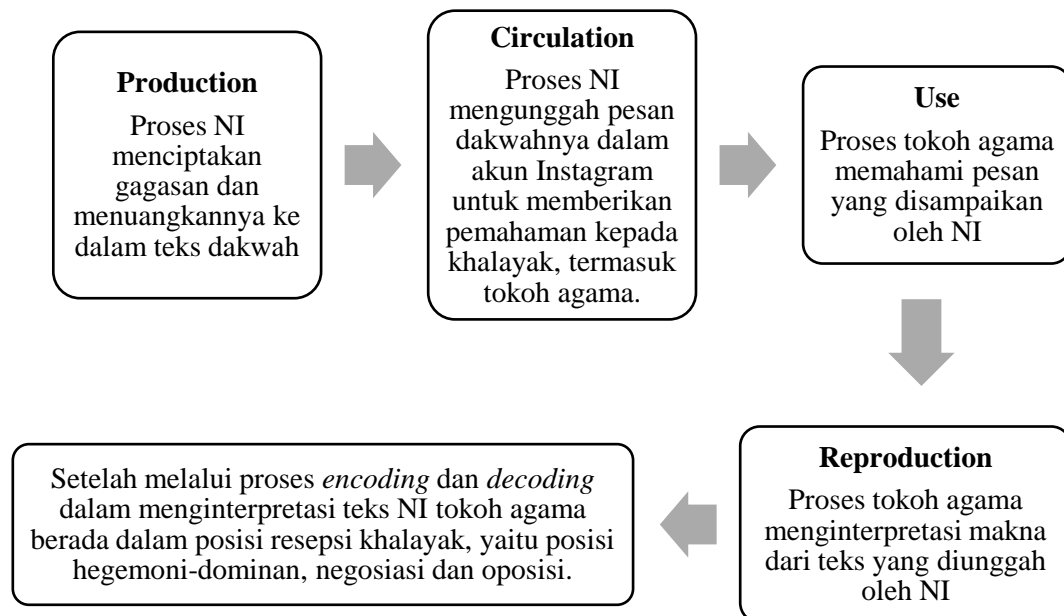
Stuart Hall merumuskan empat alur komunikasi yang disebut dengan *circuit*, antara lain *production*, *circulation*, *use* dan *reproduction*. Alur komunikasi yang ditawarkan oleh Stuart Hall memberikan pemahaman bahwa komunikasi tidak hanya sekadar menerima pesan, namun dapat mereproduksi pesan yang dipahaminya sesuai dengan kehendak yang diinginkan. Dalam resepsi tokoh agama tentang dakwah NI, *production* adalah proses NI menciptakan pesan. *Circulation* merupakan proses dakwah NI yang diunggah di media sosial untuk memberikan pemahaman kepada khalayak, termasuk tokoh agama. *Use* merupakan proses tokoh agama dalam memahami pesan yang

---

<sup>124</sup> Richard west, Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2008), 34.

disampaikan oleh NI, dan *reproduction* merupak proses interpretasi tokoh agama tentang dakwah yang diunggah oleh NI. Alur komunikasi ini merupakan proses *encoding* dan *decoding* yang menghasilkan sebuah temuan posisi tokoh agama dalam menginterpretasikan dakwah yang disampaikan NI di Instagram. Untuk lebih dipahami, penggambaran tentang alur komunikasi Stuart Hall akan diproyeksikan sebagaimana berikut:

**Gambar 5.2 Alur Komunikasi Stuart Hall Terhadap Teks Dakwah NI**



**Sumber: Diproyeksikan Sesuai dengan Teori Analisis Resepsi Stuart Hall**

Menurut Bimo Walgito terdapat tiga macam indikator dalam persepsi, sebagaimana akan dijelaskan berikut:<sup>125</sup>

1. Penyerapan rangsang (objek) dari luar individu

Individu menyerap rangsang (objek) dengan inderawi, baik indera penglihatan, indera pendengaran, indera peraba, pencium dan pencecap secara terpisah atau bersamaan. Dari hasil penyerapan oleh indera-indera tersebut akan menghasilkan gambaran di dalam otak. Gambarnya dapat berupa tunggal ataupun jamak, tergantung pada objek persepsi yang diamati.

2. Pengertian (pemahaman)

Setelah memperoleh gambaran yang terekam di dalam otak, kemudian gambaran itu diorganisir, diklasifikasikan, dibandingkan dan diinterpretasikan sehingga terbentuklah pengertian (pemahaman)

3. Penilaian (evaluasi)

Setelah tercapai sebuah pemahaman (pengertian), maka terjadi proses penilaian oleh seseorang tersebut. Ia lalu membandingkan pemahamannya yang telah diperoleh dengan kriteria atau norma yang dimilikinya secara subjektif. Individu dapat menghasilkan penilaian yang bervariasi meski mengkaji objek yang sama. Maka dari itu persepsi sifatnya individual.

Indikator-indikator dalam persepsi tersebut telah dilalui oleh tokoh agama dalam penelitian ini. Penyerapan rangsang (objek) adalah proses di mana tokoh

---

<sup>125</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010, 54-55.

agama mengamati unggahan-unggahan Nikah Institute ataupun Indonesia Tanpa Pacaran di Instagram dalam kurun waktu yang telah ditentukan. Kemudian, setelah mengamati unggahan dakwah di Instagram, tokoh agama memiliki atau menyusun pemahamannya sendiri di dalam pikirannya masing-masing. Lalu pemahaman yang telah terbentuk akan diinterpretasikan secara subjektif oleh tokoh agama. Hal inilah yang membuat posisi resepsi tokoh agama berbeda-beda meski sesungguhnya mengamati objek yang sama, yaitu dakwah Nikah Institute dan ITP di Instagram.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian analisis penelitian, maka penulis dapat menyimpulkan resepsi tokoh agama terhadap dakwah digital Indonesia Tanpa Pacaran adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman dan pemaknaan tokoh agama terhadap dakwah digital Indonesia Tanpa Pacaran di Instagram: dakwah gerakan ITP dipahami dan dimaknai sebagai bentuk pencegahan terhadap aktivitas pacaran. Pemahaman ini didasari oleh wacana dakwah ITP yang banyak menghimbau generasi muda untuk meninggalkan pacaran. Proses resepsi tokoh agama terhadap dakwah digital Indonesia Tanpa Pacaran terkategori menjadi 2 yakni 40% di posisi hegemoni dominan dan 60% di posisi negosiasi. Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak tokoh agama tidak secara penuh menerima makna yang disajikan dan dikehendaki oleh ITP.
2. Pemahaman dan pemaknaan tokoh agama terhadap dakwah digital Nikah Institute di Instagram: dakwah Nikah Institute dipahami sebagai tata cara untuk membina keluarga yang harmonis. Pemahaman ini didasari oleh wacana dakwah Nikah Institute yang membahas tentang menghadapi konflik dalam pernikahan yang sering ditemui oleh pasangan suami-isteri. Dakwah digital Nikah Institute dimaknai sebagai bentuk edukasi bagi calon pasangan yang akan melakukan pernikahan. Hal ini didasari oleh wacana

dakwah yang ditampilkan oleh Nikah Institute merupakan fenomena-fenomena yang berkembang soal rumah tangga serta memperkenalkan kelas-kelas online yang berada dalam Nikah Institute. Proses resepsi tokoh agama terhadap dakwah digital Nikah Institute terkategori menjadi dua yaitu 60% di posisi dominan hegemoni dan 40% di posisi negosiasi. Hal ini menunjukkan bahwa empat tokoh agama menerima makna yang disajikan dan dikehendaki oleh Nikah Institute.

## **B. Saran**

### **1. Untuk Akdemisi**

Penelitian ini berfokus pada cara tokoh agama memahami dan memaknai wacana dakwah yang diunggah oleh ITP dan NI pada akun Instagramnya. Aspek-aspek lain seperti kualitas wacana, dampak wacana dakwah terhadap khalayak, proses dan manajemen penyusunan wacana dakwah belum mendapatkan perhatian dari peneliti. Oleh karena itu peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam.

### **2. Untuk Indonesia Tanpa Pacaran**

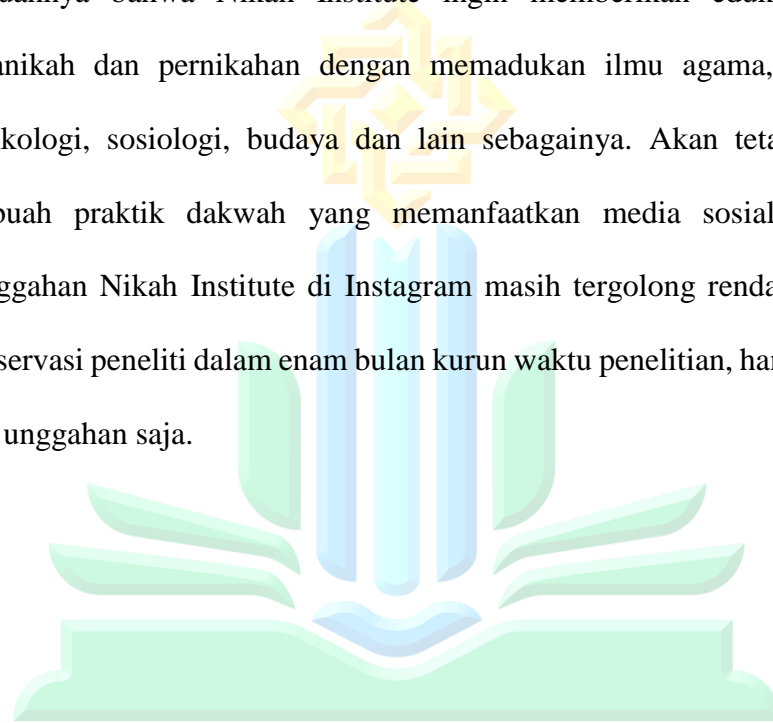
Perlu adanya keragaman aspek yang dimuat dalam dakwah Indonesia Tanpa Pacaran. Karena dengan menggunakan term “Indonesia” pada nama gerakan, mengindikasikan Indonesia dengan segala ragam budaya dan agama yang ada di dalamnya. Oleh karena itu, pencegahan yang dilakukan untuk menghindarkan generasi muda terhadap budaya pacaran yang dianggap menjerumuskan, sebaiknya dikaji dari berbagai aspek. Bukan



hanya menggunakan dalil-dalil dan keterangan dari syariat Islam saja, akan tetapi perlu adanya kajian dari aspek psikologi dan lain sebagainya.

### 3. Untuk Nikah Institute

Sejauh ini dakwah yang dilakukan oleh Nikah Institute telah sesuai dengan tujuannya bahwa Nikah Institute ingin memberikan edukasi tentang pranikah dan pernikahan dengan memadukan ilmu agama, kesehatan, psikologi, sosiologi, budaya dan lain sebagainya. Akan tetapi, sebagai sebuah praktik dakwah yang memanfaatkan media sosial, intensitas unggahan Nikah Institute di Instagram masih tergolong rendah. Menurut observasi peneliti dalam enam bulan kurun waktu penelitian, hanya terdapat 33 unggahan saja.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR RUJUKAN

- Abrams, M. H. 1971. *The Mirror and The Lamp: Romantic Theory and The Critical Tradition*. USA: Oxford University Press
- Achmad, A. 1983. *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*. Yogyakarta: Prima Duta
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko, Bambang D. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Baran, Stanley J. 2003. *Mass Communication Theory: Foundations, Ferments, And Future, 3rd edition*. Belmon CA: Thomson.
- Baran, Stanley J & Davis, Dennis K. 2010. *Teori Komunikasi Massa: Dasar Pergolakan dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika
- al-Bayanuni, Abu al-Fath. 2010. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Terjemahan oleh Masturi Ilham & Muhammad Malik Supar. 2021. Jakarta: Pustaka al-Kautsar.
- Creswell, John W. 2015. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Fahma, A dan Darwis, M. 2020. Eksistensi Para “Gus” di Instagram: Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru di Era Digital. *Dakwatuna : Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 6(2): 138-157.
- Fakhruroji, M. 2019. *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ghofur, A. 2019. Dakwah Islam di Era Milenial. *Dakwatuna : Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 5(2): 136-149 .
- Hadi, Ido P. 2009. Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis. *Jurnal Ilmiah Scriptura*. 2(1):1-7.
- Hafidhuddin, D. 1998. *Dakwah Aktual*. Jakarta: Gema Insani.
- Hall, S. Hobson, D. Lowe, A. dan Willis, P. 2011. *Budaya Media Bahasa : Teks Utama Pencanang Cultural Studies 1972-1979*, terj. Saleh Rahman. Yogyakarta : Jalasutra.

- Ilaihi, W. 2013. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Iskandar, Z. 2017. Peran Kursus Pra Nikah dalam Mempersiapkan Pasangan Suami-Istri Menuju Keluarga Sakinah. *Jurnal Al-Ahwal*, 10 (1): 85-98.
- Jauhari, M. 2021. Aktivisme Dakwah Siber Di Tengah Konvergensi Media Digital. *Dakwatuna : Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 7(2): 213-234.
- Jensen, Klaus B. and Jankowski, W. N. 2002. *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication*. London: Rotledge.
- Lestari, Puput P. 2020. Dakwah Digital untuk Generasi Milenial. *Jurnal Dakwah: Media dan Komunikasi Dakwah*, 21(1): 41-58.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. 2008. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mardiana, R. 2020. Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial. *Jurnal Komunida : Media Komunikasi dan Dakwah*. 10(2): 148-158
- Marwantika, Asna I. 2021. Tren Kajian Dakwah Digital di Indonesia: Systematic Literature Review. *Proceeding of The 1st Conference on Strengthening Islamic Studies in the Digital Era (FICOSIS)*. 1(-): 249-265
- Mc.Quail, D. 1997. *Audience Analysis*. London: Sage Publication.
- Moleong, Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muchammadun, M. Rachmad, S.D. Handiyatmo, D. Tantriana, A. Rumanitha, E. dan Amrulloh, Z. 2021. Peran Tokoh Agama dalam Menangani Penyebaran Covid-19. *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama dan Lintas Budaya*. (5)1: 87-96
- Muhajir, M. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Raka Serasih.
- Muhtadi, Asep S. 2012. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mulyana, D. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, D. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R. 2020. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. 2000. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Needham Height MA : Allyn & Bacon
- Nurudin. 2018. *Media Sosial : Agama Baru Masyarakat Milenial*. Malang: Intrans Publishing.
- Prasetijo, R. dan Ihalauw, John J.O.I. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Rahman, R.F. 2017. Menelaah Riuh Budaya Masyarakat di Dunia Maya. *Jurnal Studi Komunikasi*, 1(2): 206-222.
- Ratna, Nyoman K. 2012. *Penelitian Sastra: Teori, Metode, dan Teknik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Saefulloh, A. 2012. Cyberdakwah Sebagai Media Alternatif Dakwah. *Jurnal Islamica*, 7(1): 138-160.
- Sari, T.Y. Husein, F. dan Noviani, R. 2020. Hijrah and Islamic Movement in Social Media: A Movement Study of Anti-Dating Movement #IndonesiaTanpaPacaran. *DINIKA: Academic Journal of Islamic Studies*. (5)1: 1-26
- Saputra, W. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tan, S. dan Aladdin, Yuri A. 2018. Analisis Resepsi Pembaca Tribunnews.com dari Kalangan Mahasiswa/i Universitas Indonesia Terhadap Insiden “Kartu Kuning” Ketua BEM UI. *Jurnal Semiotika*. 12(1): 62-72.
- Ummah, Athik H. Khatoni, M.K. dan Khairurromadhan, M. 2020. Podcast Sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang dan Tantangan, *Jurnal Komunike*. 12(2): 210-234.

- Usman, H. dkk. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Walgito, B. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- West, R. dan Turner, Lynn H. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wibowo, A. 2019. Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 3(2): 339-356.
- Yin, Robert K. 2013. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yoga S, Salman. 2015. Dakwah di Internet: Konsep Ideal, Kondisi Objektif dan Prospeknya. *Jurnal Al-Bayan*, 22(31): 56-70.

### **Website dan Media Sosial**

- Admin. *Sejarah Al-Irsyad*. 19 Juli 2017.
- Ardianto, A. *Apakah Muhammadiyah itu?*. muhammadiyah.or.id. 1 tahun yang lalu.
- Hidayat, R. dan Khalika, Nindias N. *Bisnis dan Kontroversi Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran*. tirtoid 28 Mei 2018.
- Highlight Instagram NI.
- Idris, M. *MUI Termasuk Lembaga Negara atau Ormas?*. kompas.com. 14 Maret 2022
- Indonesia Tanpa Pacaran Berpandangan Sempit?* bbc.com 16 Agustus 2016
- Indonesia Tanpa Pacaran. *Profil Gerakan #Indonesia Tanpa Pacaran*, indonesiatanpapacaran.com 21 Januari 2017.
- Indonesia Tanpa Pacaran. *Profil Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran*. Facebook.com. 1 Februari 2016
- Iskan, D. *Gerakan Nikah*. disway.id 23 November 2019.
- Malia, I. *Bom Waktu dari Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran*. idntimes.com 21 April 2018 .

- Malia, I. *Ini Target Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran pada 2024*. idntimes.com. 16 April 2018
- Muslim, A. *Indonesia Tanpa Pacaran Bergaun Kapital*. geotimes.id 16 Oktober 2018.
- Nikah Institute. *Program Nikah Institute*. nikahinstitute.com
- NU Online. *Sejarah*. nu.or.id.
- Redaksi. *Menikah dengan Kesiapan Ala Nikah Institute*. bincangmuslimah.com. 30 Maret 2021
- Riyanto, GP. *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta*. Kompas.com, 23 Februari 2021.
- Rizaty, Monavia A. *Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?* databoks.katadata.co.id 3 Agustus 2021.
- Setyaningrum, A. *Usaha Menghargai Jomblo ala Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran*. Mojok.co 28 November 2018.
- Unggahan Instagram ITP, 20 Desember 2016.
- Yuniar, Resty W. Twitter 29 April 2020.

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Zahrotul Farodis Diana

NIM : 203206070008

Program : Magister

Institusi : Pascasarjana UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 13 Desember 2022

Saya yang menyatakan,



**Zahrotul Farodis Diana**

NIM : 203206070008



**SURAT KETERANGAN  
BEBAS TANGGUNGAN PLAGIASI**

Nomor: D.PPS.3500/In.20/PP.00.9/12/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan ini menerangkan bahwa telah dilakukan cek similaritas\* terhadap naskah tesis

Nama	:	Zahrotul Farodis Diana
NIM	:	203206070008
Prodi	:	Komunikasi dan Penyiaran Islam
Jenjang	:	Magister (S2)

dengan hasil sebagai berikut:

BAB	ORIGINAL	MINIMAL ORIGINAL
Bab I (Pendahuluan)	30 %	30 %
Bab II (Kajian Pustaka)	29 %	30 %
Bab III (Metode Penelitian)	24 %	30 %
Bab IV (Paparan Data)	5 %	15 %
Bab V (Pembahasan)	16 %	20 %
Bab VI (Penutup)	8 %	10 %

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai salah satu syarat menempuh ujian tesis.

Jember, 13 Desember 2022

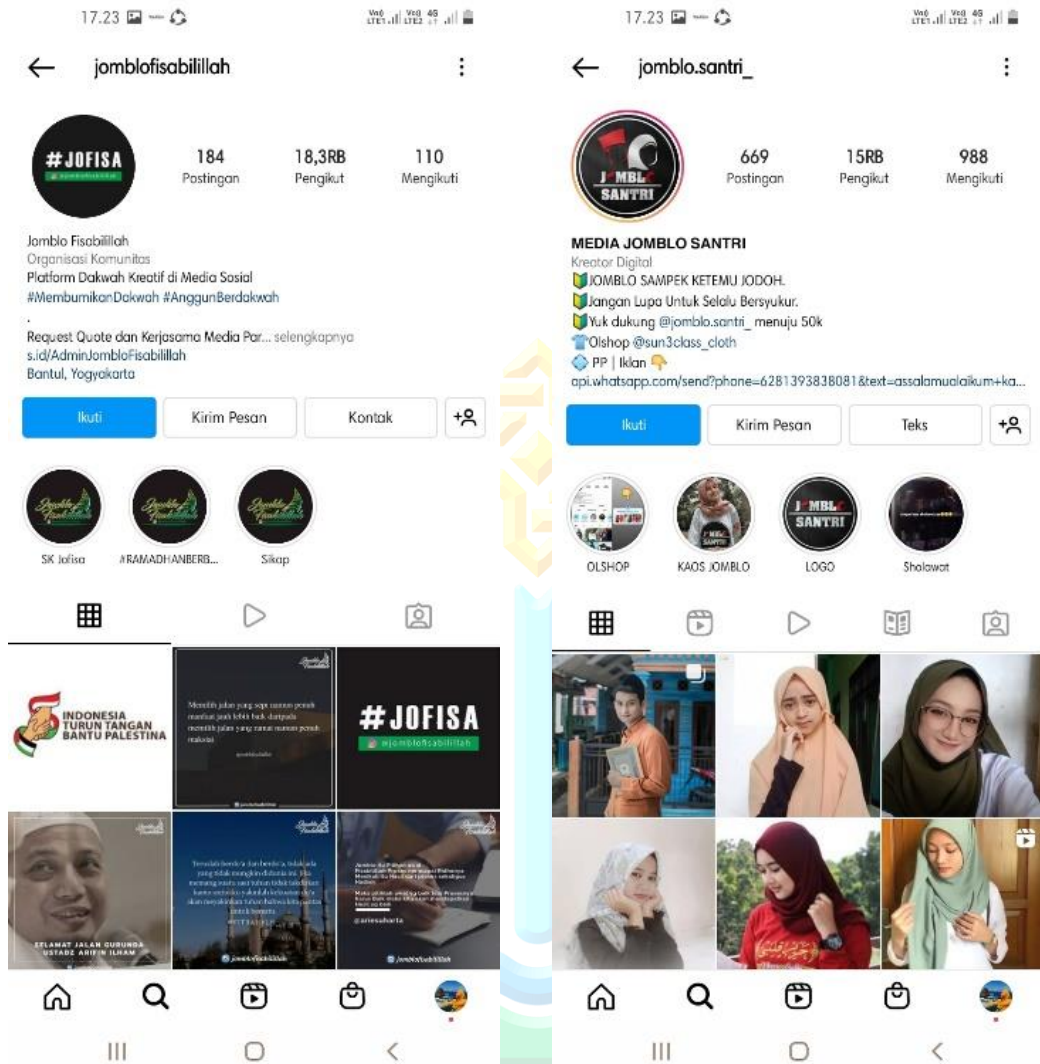
an. Direktur,  
Wakil Direktur



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.  
NIP. 196812261996031001

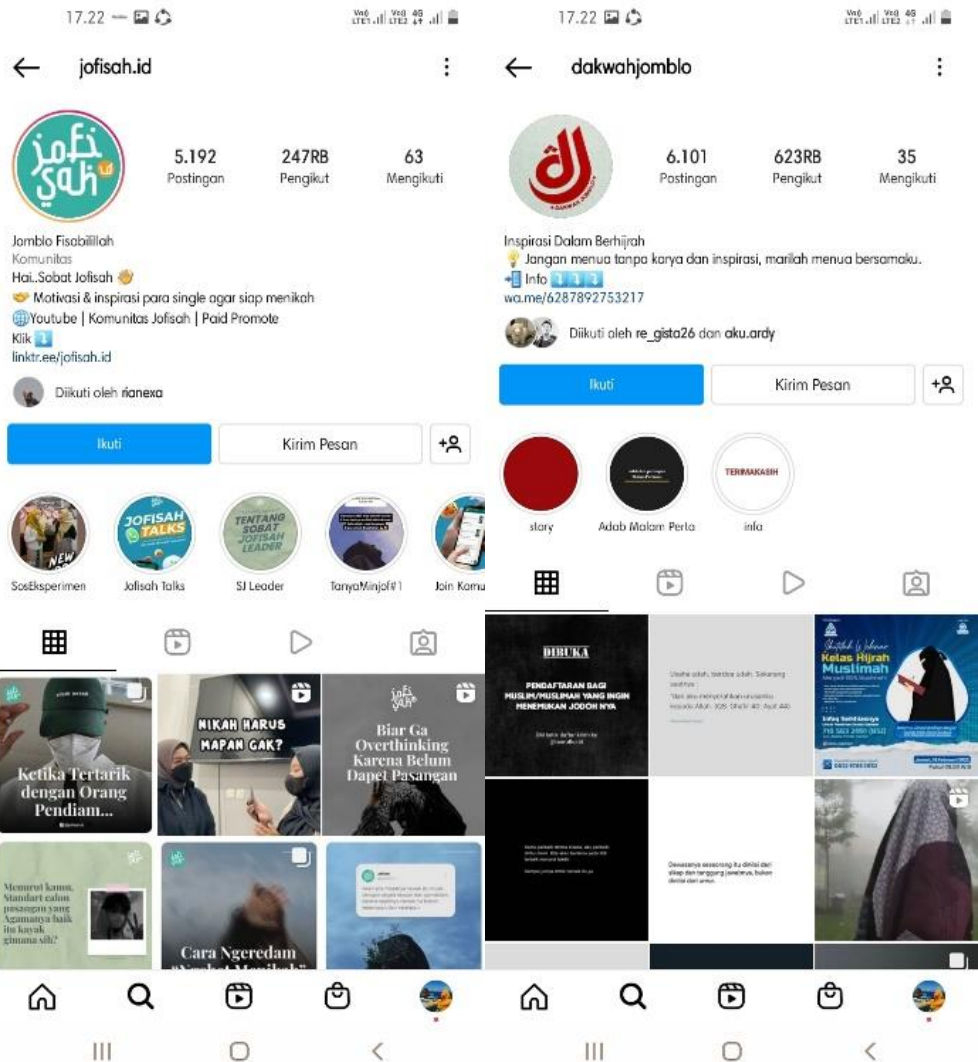
\*Menggunakan Aplikasi Turnitin





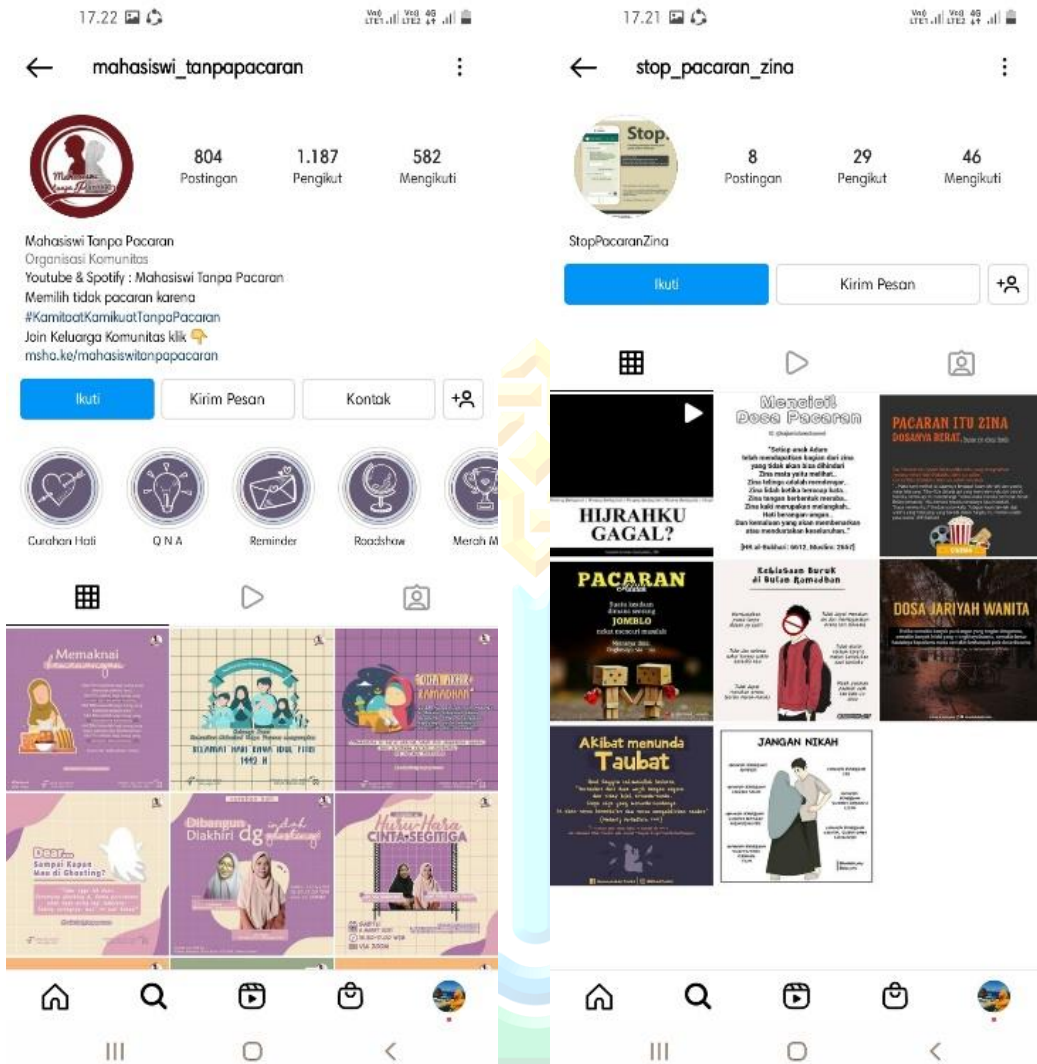
Akun Instagram di atas, jomblofisabilillah dan jomblo.santri\_ memiliki kesamaan dengan ITP dalam hal memposisikan jomblo. Memberikan opini bahwa jomblo lebih baik dari pada pacaran.

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



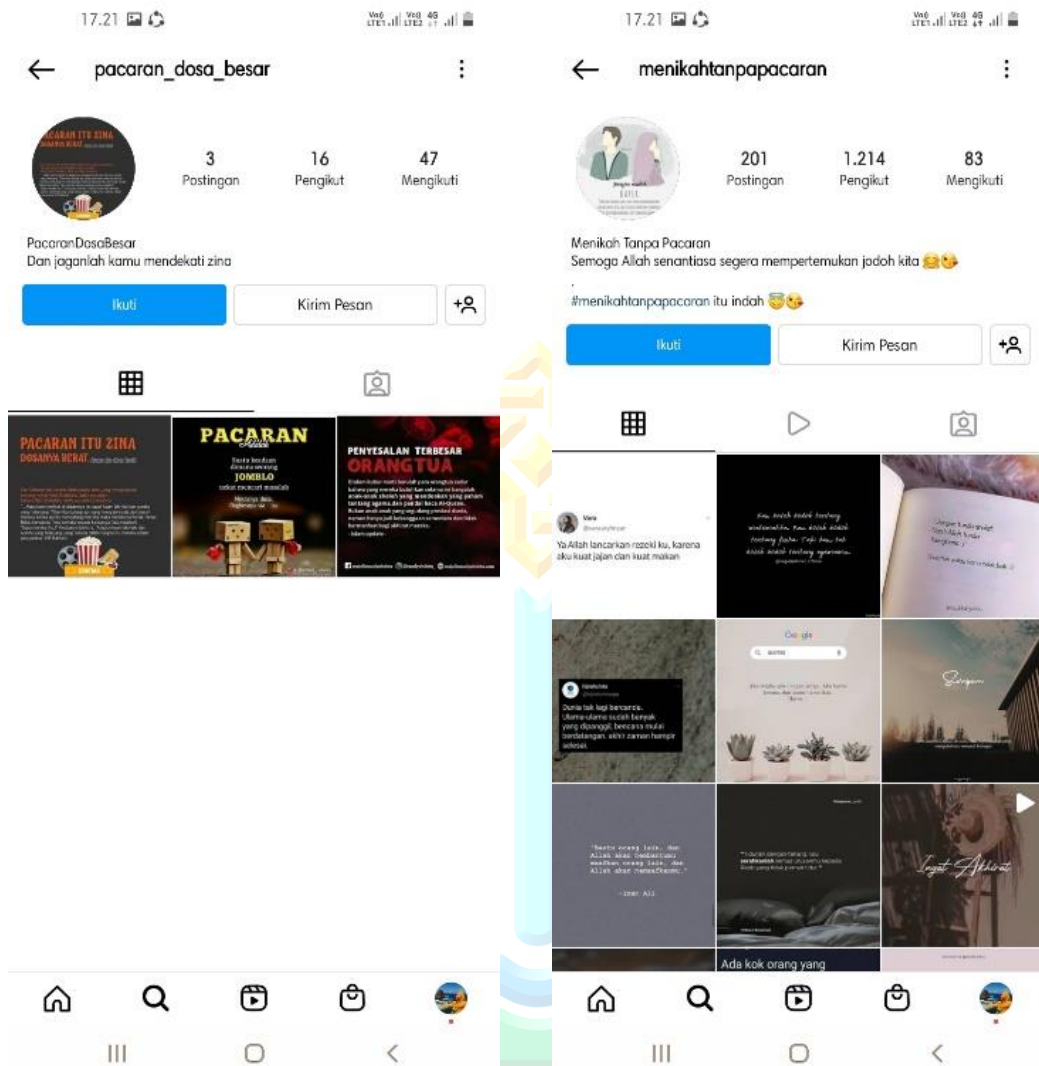
Akun Instagram di atas, jofisah.id dan dakwahjomblo memiliki kesamaan dengan ITP dalam hal memposisikan jomblo. Memberikan opini bahwa jomblo lebih baik dari pada pacaran.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



Akun Instagram di atas, mahasiswi\_tanpapacaran dan stop\_pacaran\_zina memiliki kesamaan dengan ITP dalam hal mewacanakan pacaran. Memberikan opini bahwa pacaran adalah hal yang mendekati pada zina.

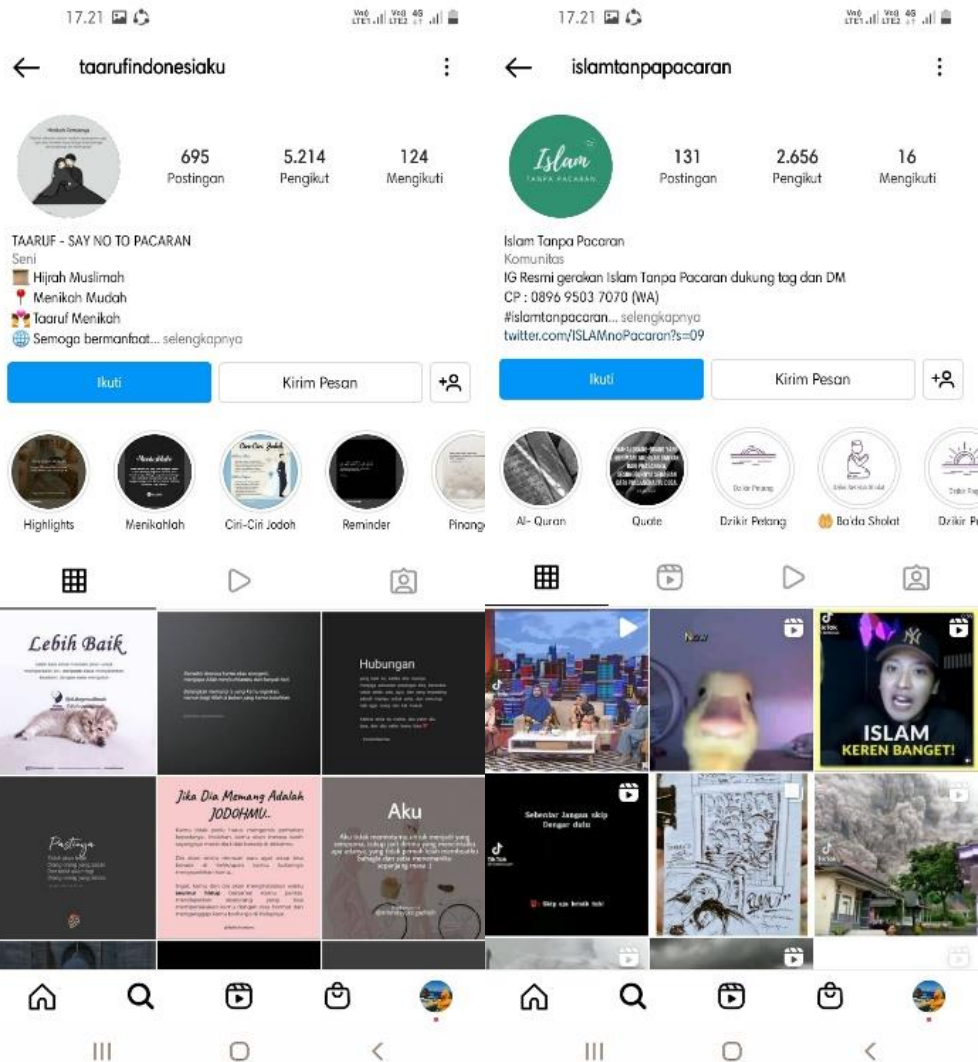
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



Akun Instagram di atas, pacaran\_dosa-besar dan menikahtanpapacaran memiliki kesamaan dengan ITP dalam hal mewacanakan pacaran. Memberikan opini bahwa pacaran adalah perbuatan dosa besar dan lebih baik menikah tanpa diawali dengan hubungan pacaran.

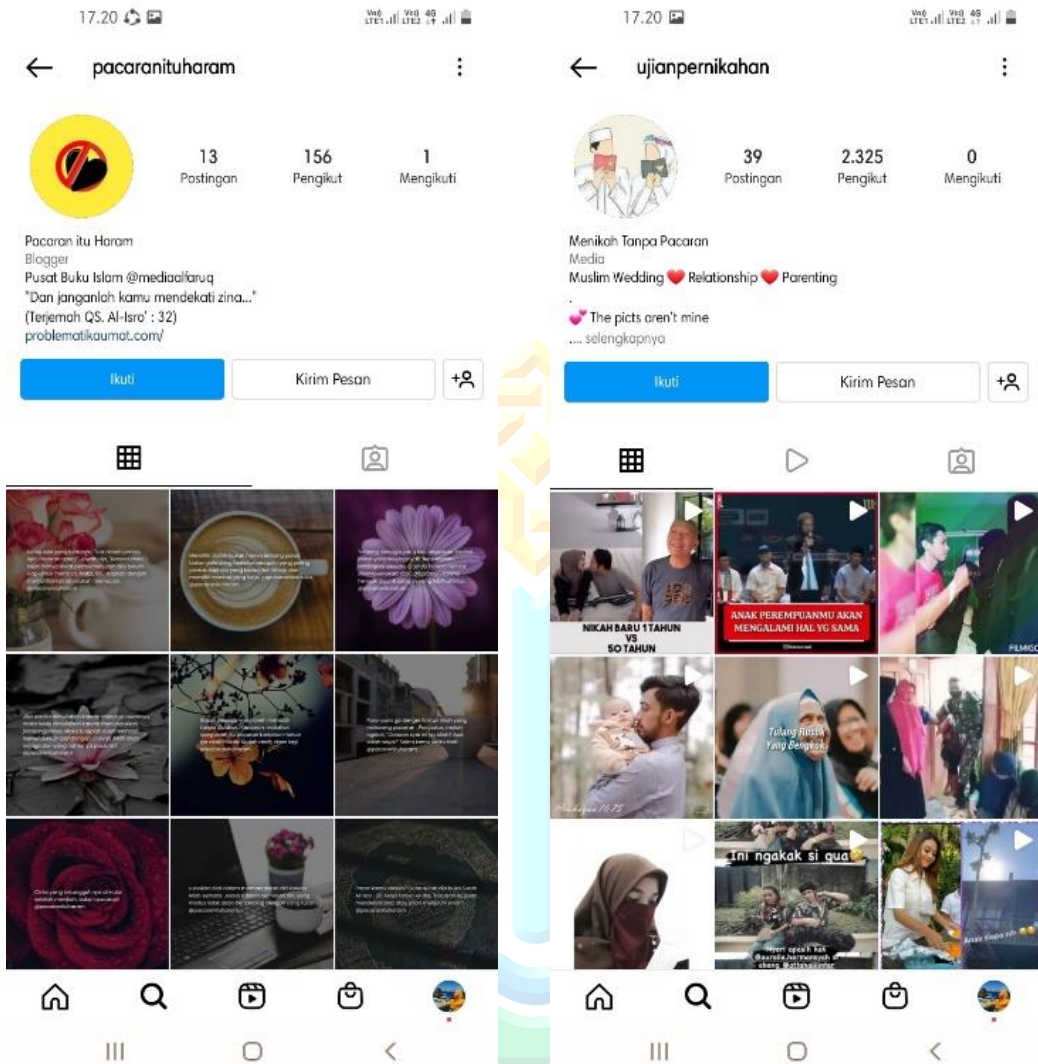
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER





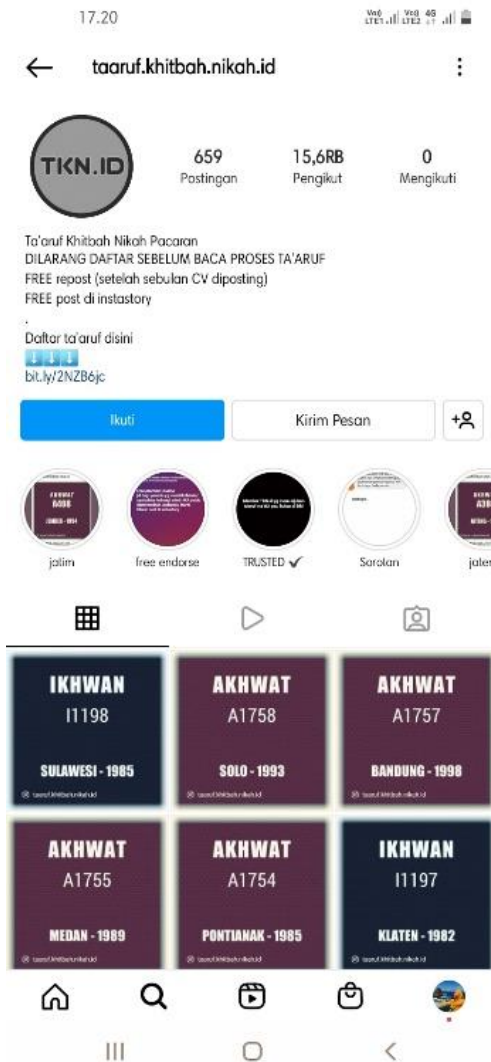
Akun Instagram di atas, taarufindonesiaku dan islamtanpapacaran memiliki kesamaan dengan ITP dalam hal mewacanakan pacaran. Memberikan opini bahwa Indonesia harus melakukan taaruf, bukan pacaran serta Islam bebas dari pacaran.

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



Akun Instagram di atas, pacaranituharam dan ujianpernikahan memiliki kesamaan dengan ITP dalam hal mewacanakan pacaran. Memberikan opini bahwa pacaran dan melakukan pernikahan tanpa pacaran.

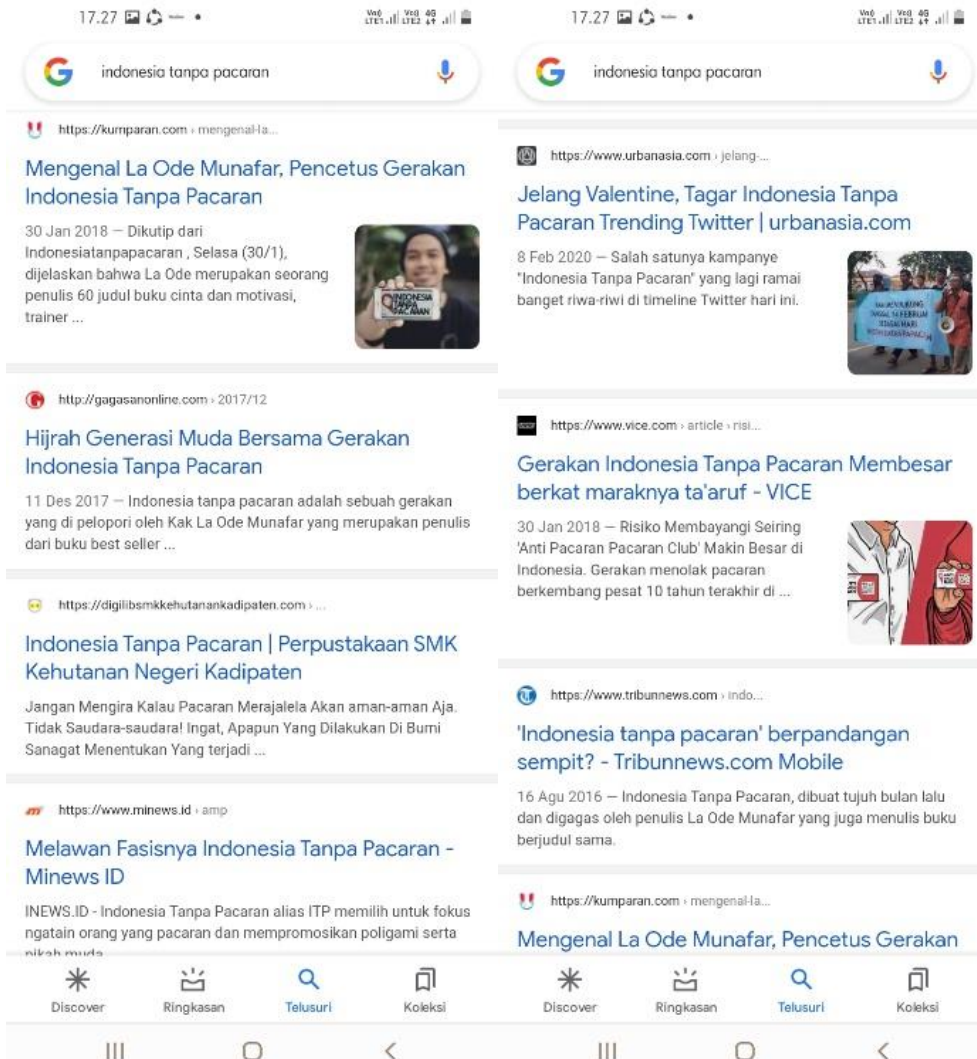
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



Akun Instagram di atas, taaruf.khitbah.nikah.id memiliki kesamaan dengan ITP dalam hal mewacanakan pacaran. Memberikan opini bahwa fase untuk menuju pernikahan melalui taaruf dan khitbah, bukan pacaran.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Lampiran a2 Pemberitaan ITP



Tangkapan gambar di atas merupakan bukti bahwa di antara gerakan lain yang menyuarakan tentang pacaran, ITP lebih banyak mendapat sorotan dan diberitakan hampir di semua media *online*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## Lampiran a2 Pemberitaan ITP

The image shows a mobile browser interface with search results for the query "indonesia tanpa pacaran". The results are displayed in a grid of two columns. Each result includes a URL, a title, a date, and a brief description. Some results also feature small images or thumbnails.

**Search Results (Left Column):**

- Ekstklusif: Mengenal Gagasan Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran - IDN Times**  
17 Apr 2018 — Di antaranya berjualan pin bertuliskan #IndonesiaTanpaPacaran seharga Rp5 ribu, juga buku-buku bertema serupa yang dijual mulai dari Rp50 ribu.
- "Bom Waktu" dari Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran - IDN Times**  
21 Apr 2018 — Informasi itu juga menyebutkan, Temu Nasional Indonesia Tanpa Pacaran (ITP), akan hadir...
- Kontroversi Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran Halaman 1 - Kompasiana.com**  
14 Des 2019 — Remaja dan media sosial hampir tidak bisa dipisahkan, hal inilah yang dimanfaatkan gerakan Indonesia Tanpa Pacaran (ITP) untuk turut ...
- Indonesia Tanpa Pacaran - Tribunnewswiki.com Mobile**  
5 hari yang lalu — Informasi Awal. TRIBUNNEWSWIKI.COM - Indonesia Tanpa Pacaran adalah sebuah gerakan...

**Search Results (Right Column):**

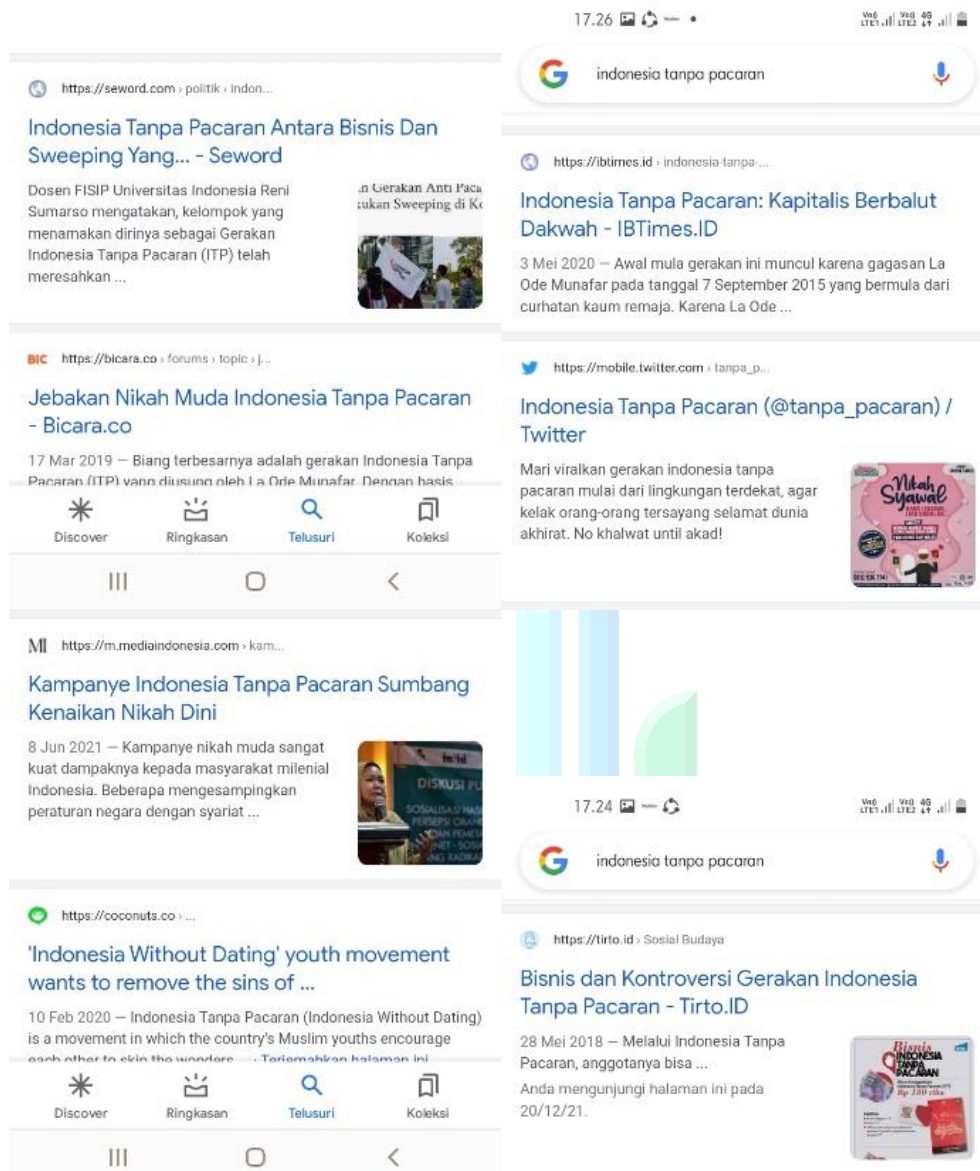
- Hobi Sweeping, Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran Bikin Resah Masyarakat - News**  
21 Apr 2019 — Harianjogja.com, DEPOK- Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran dinilai telah meresahkan masyarakat karena kerap melakukan sweeping.
- Malam Pergantian Tahun, Komunitas Dakwah se-Kota Kendari Deklarasi ...**  
28 Des 2019 — Pamflet aksi putus massal dan deklarasi Indonesia tanpa pacaran yang akan ... bisa datang langsung mendeklarasikan IndonesiaTanpaPacaran.
- Target Indonesia Tanpa Pacaran Tahun 2024, Eko: Para Jomblo Berharap ...**  
13 Feb 2021 — Tagar Indonesia Tanpa Pacaran (ITP) pun bermunculan. Menanggapi kecenderungan ini, pegiat media sosial malah mencuit jahil. "Para jomblo ...
- GERAKAN INDONESIA TANPA PACARAN (ITP):**

**Search Results (Bottom Row):**

- Indonesia Tanpa Pacaran, Siap? - Ayo Bandung**  
6 Feb 2018 — COM – Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran. Siap? Tergantung. Hidup tanpa kencan akhir pekan untuk langsung menuju Kantor Urusan Agama (KUA) ...
- Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran: Menikah Solusi Paling Baik, Jangan ...**  
3 Apr 2018 — sebagian besar materi-materi sosial media Indonesia Tanpa Pacaran banyak ditujukan pada pengikut perempuan ... mereka menyalahkan perempuan ...
- Melawan Fasisnya Indonesia Tanpa Pacaran - Minews ID**  
INEWS.ID - Indonesia Tanpa Pacaran alias ITP memilih untuk fokus ngatain orang yang pacaran dan mempromosikan poligami serta nikah muda.

Tangkapan gambar di atas merupakan bukti bahwa gerakan ITP dianggap menimbulkan banyak kontroversi di kalangan masyarakat Indonesia.

Lampiran a2 Pemberitaan ITP



Tangkapan gambar di atas merupakan bukti bahwa gerakan ITP dianggap kapitalis berbalut dakwah.

HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

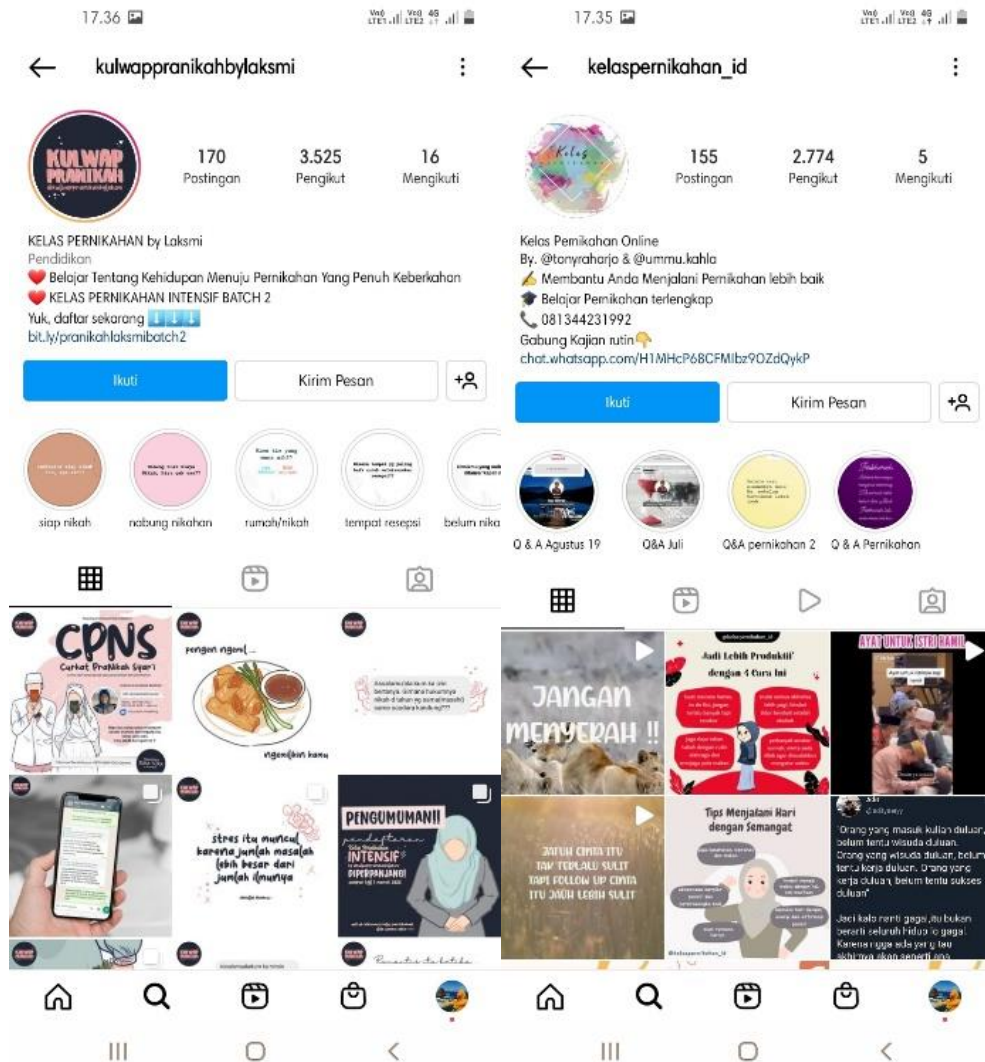
## Lampiran a2 Pemberitaan ITP

The collage consists of six screenshots from various news websites, all featuring the search term 'indonesia tanpa pacaran' in the search bar. The articles are as follows:

- Top Left:** Article from GEOTIMES titled 'Indonesia Tanpa Pacaran Bergaun Kapital | GEOTIMES'. Published on 16 Oct 2018. It discusses the movement's impact on the economy and mentions a campaign against child marriage.
- Top Right:** Article from suara.com titled 'Sering Sweeping, Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran Resahkan Warga Depok'. Published on 20 Apr 2019. It reports that frequent sweeping activities by the movement have caused discomfort for residents in Depok.
- Middle Left:** Article from viva.co.id titled 'Jelang Valentine, Ramai #IndonesiaTanpaPacaran - Viva'. Published on 11 Feb 2020. It notes the popularity of the hashtag on Twitter as Valentine's Day approaches.
- Middle Right:** Article from idntimes.com titled 'Eksklusif: Mengenal Gagasan Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran - IDN Times'. Published on 17 Apr 2018. It describes the movement's merchandise, including t-shirts and books.
- Bottom Left:** Article from mojok.co titled 'Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran Malah Jualan, Bikin Marketplace Sekalian Aja!'. Published on 2 Mei 2020. It mentions that members of the movement are selling their own products.
- Bottom Right:** Article from bbc.com titled ''Indonesia tanpa pacaran' berpandangan sempit? - BBC News Indonesia'. Published on 16 Agustus 2016. It discusses the narrow perspective of the movement regarding young people's marriage prospects.

Tangkapan gambar di atas merupakan bukti bahwa gerakan ITP dianggap meresahkan warga karena kerap melakukan sweeping dan menyumbang angka pernikahan dini.

Lampiran a1 Gerakan Dakwah Serupa ITP

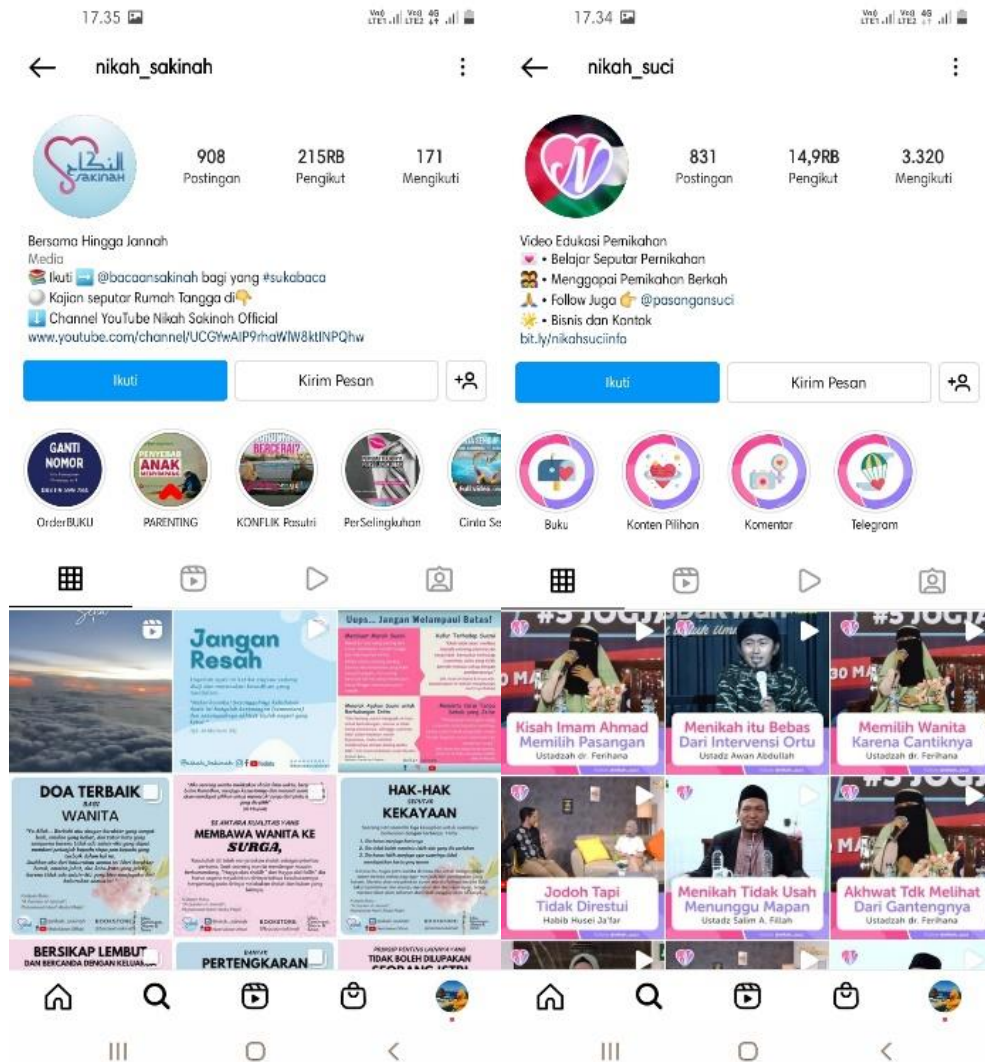


Akun Instagram di atas, kulwappranikahbylaksmi dan kelaspernikahan\_id memiliki kesamaan dengan Nikah Institute. Keduanya memiliki program kelas online yang memberikan pemahaman seputar pra nikah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



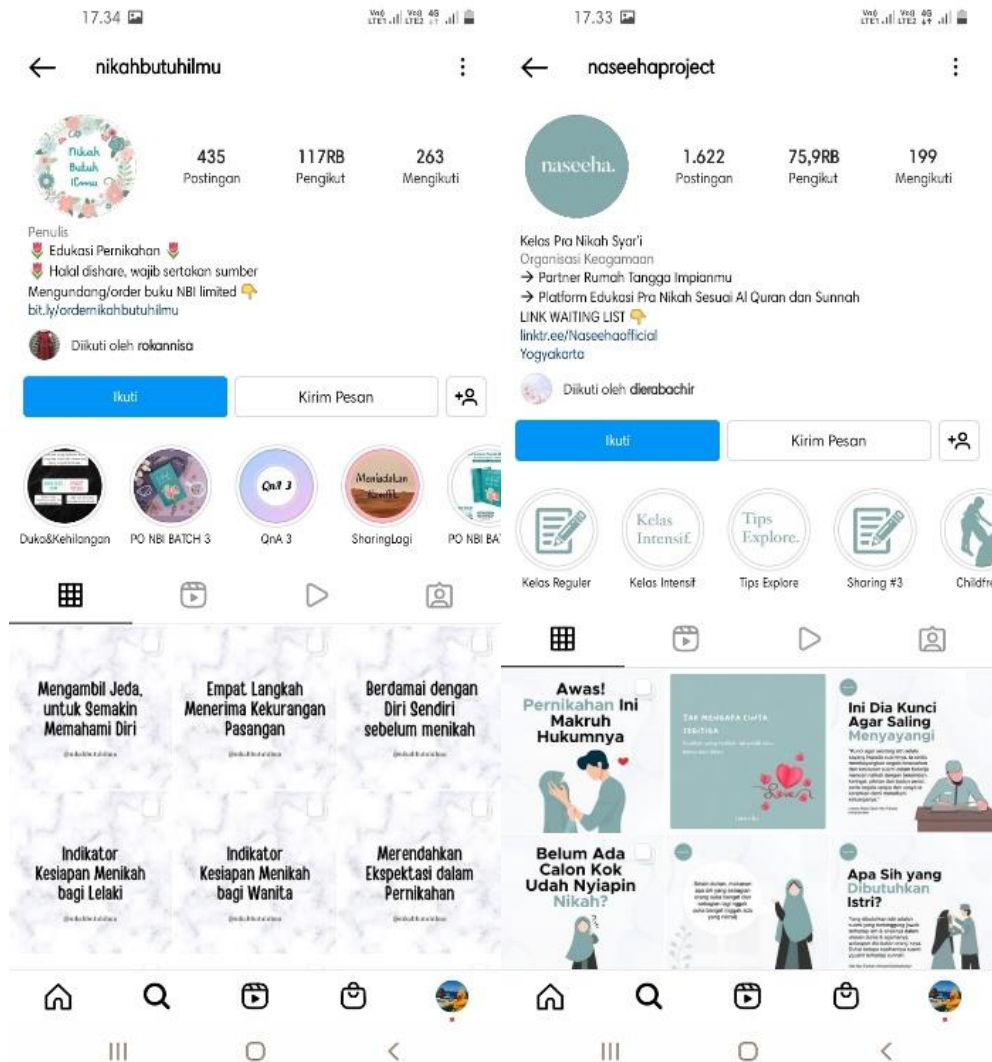
Lampiran a1 Gerakan Dakwah Serupa ITP



Akun Instagram di atas, nikah\_sakinahi dan nikah\_suci memiliki kesamaan dengan Nikah Institute. Keduanya memberikan edukasi tentang pernikahan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

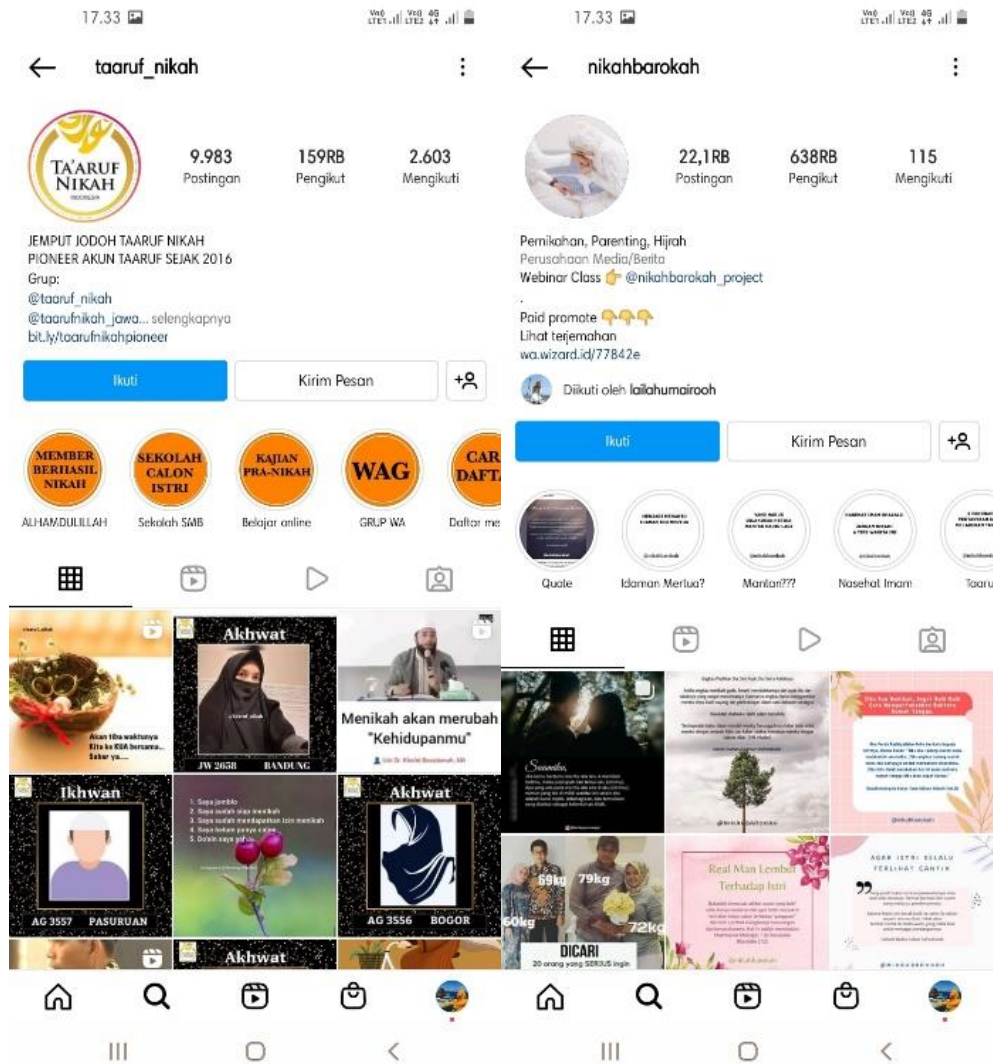
Lampiran a1 Gerakan Dakwah Serupa ITP



Akun Instagram di atas, *nikahbutuhilmu* dan *naseehaproject* memiliki kesamaan dengan *Nikah Institute*. Keduanya memberikan edukasi tentang pernikahan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

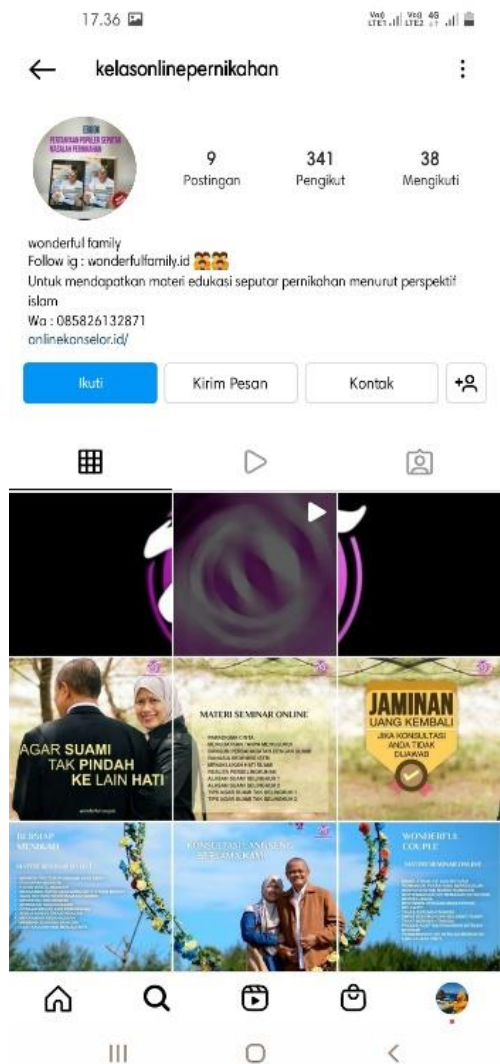
Lampiran a1 Gerakan Dakwah Serupa ITP



Akun Instagram di atas, nikah\_sakinahi dan nikah\_suci memiliki kesamaan dengan Nikah Institute. Keduanya memberikan edukasi tentang pernikahan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Lampiran a1 Gerakan Dakwah Serupa ITP

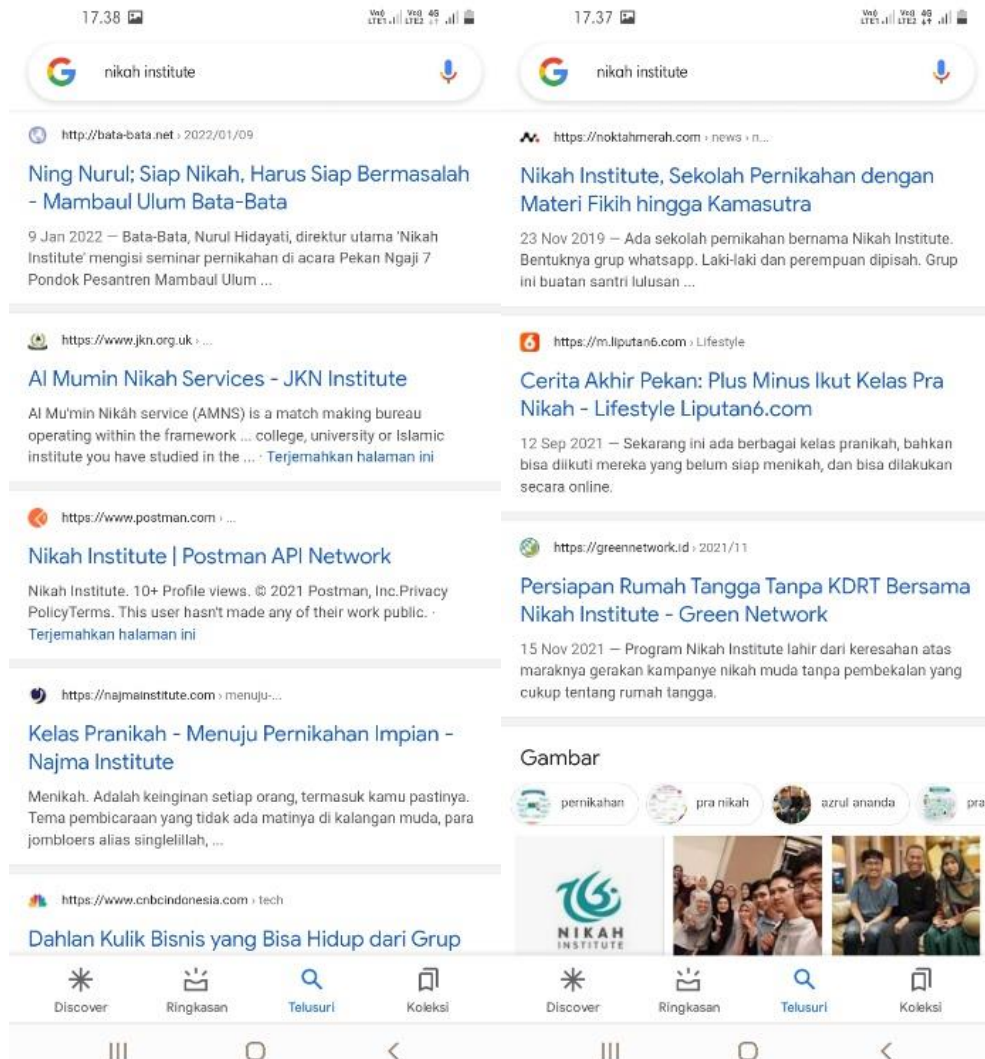


Akun Instagram di atas, kelasonlinepernikahan memiliki kesamaan dengan Nikah Institute. Akun tersebut memiliki program kelas *online* yang memberikan pemahaman seputar pra nikah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



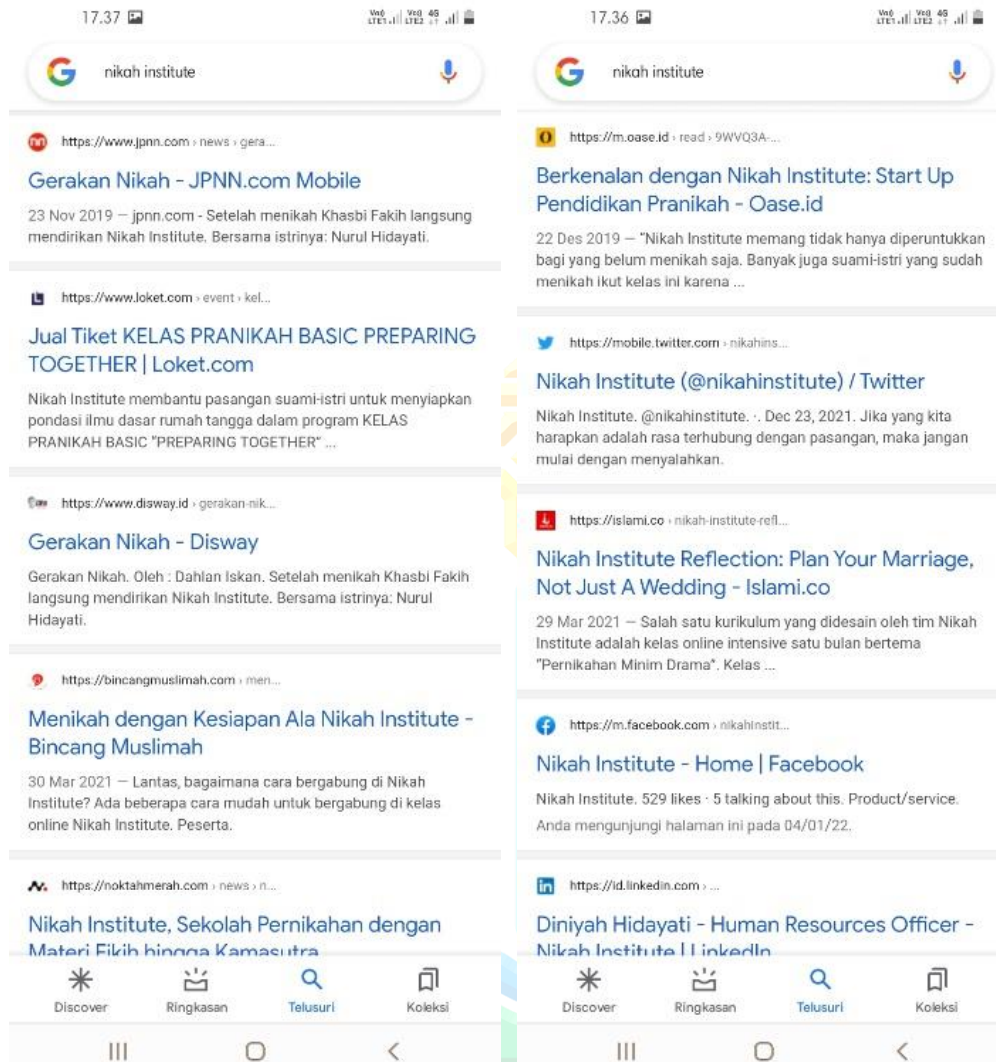
Lampiran a3 Gerakan Serupa NI dan Pemberitaan NI



Tangkapan gambar di atas merupakan bukti bahwa di antara gerakan lain yang mengusung tema kelas pernikahan, Nikah Institute lebih banyak mendapat sorotan dan diberitakan hampir di semua media *online*.

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

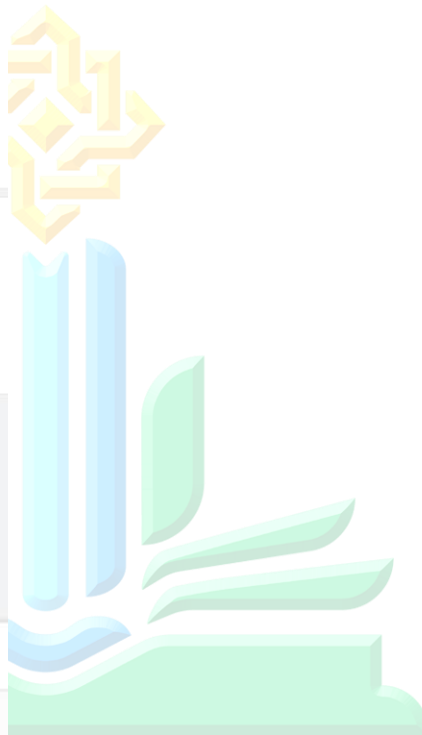
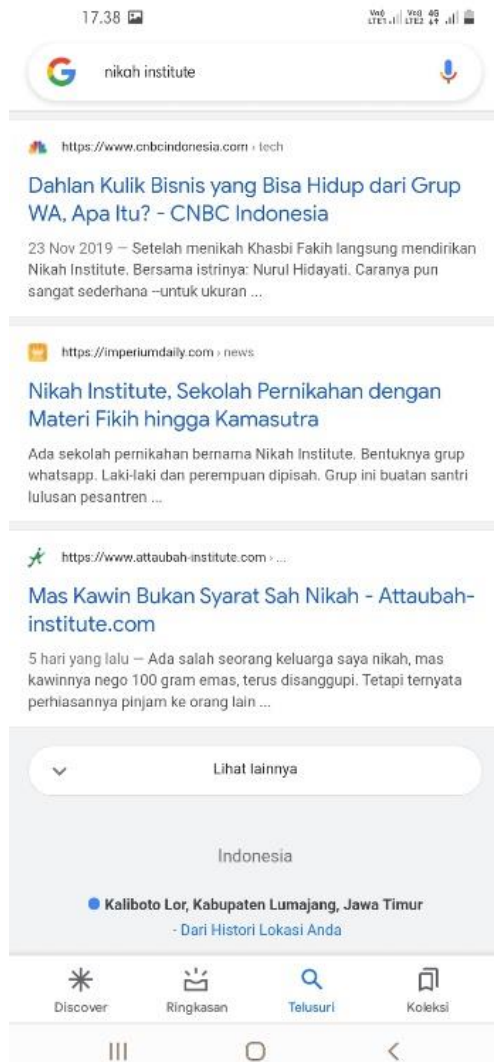
Lampiran a3 Gerakan Serupa NI dan Pemberitaan NI



Tangkapan gambar di atas merupakan bukti bahwa di antara gerakan lain yang mengusung tema kelas pernikahan, Nikah Institute lebih banyak mendapat sorotan dan diberitakan hampir di semua media *online*.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Lampiran a3 Gerakan Serupa NI dan Pemberitaan NI



Tangkapan gambar di atas merupakan bukti bahwa di antara gerakan lain yang mengusung tema kelas pernikahan, Nikah Institute lebih banyak mendapat sorotan dan diberitakan hampir di semua media *online*.

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

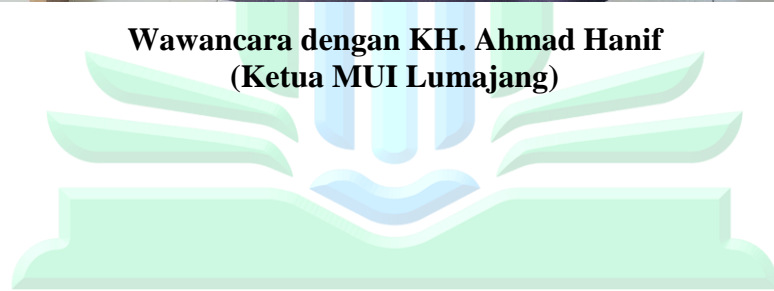


**Wawancara dengan Dr. H. Faisol Nasar Bin Madi, MA.  
(Pimpinan Pusat Organisasi Al-Irsyad)**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**Wawancara dengan KH. Ahmad Hanif  
(Ketua MUI Lumajang)**

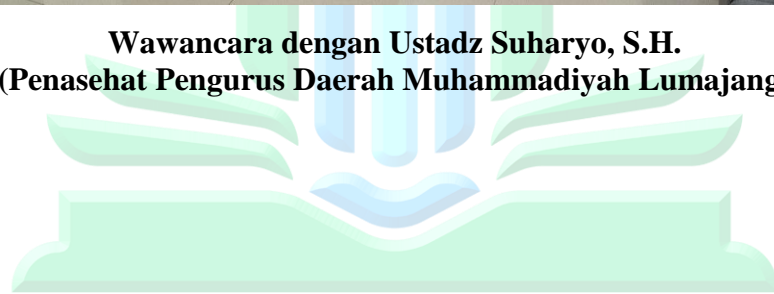


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R





**Wawancara dengan Ustadz Suharyo, S.H.  
(Penasehat Pengurus Daerah Muhammadiyah Lumajang)**



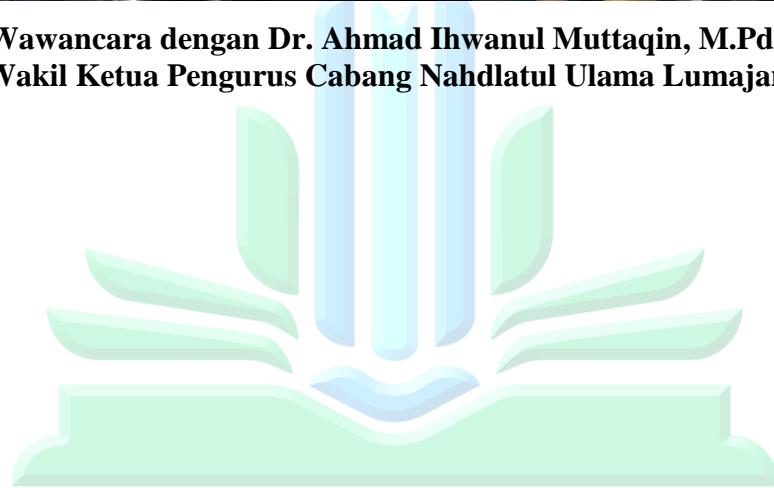
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**Wawancara dengan Ibu Suriyah Purwaningsih  
(Ketua Nasyyatul Aisyiyah Lumajang)**



**Wawancara dengan Dr. Ahmad Ihwanul Muttaqin, M.Pd.I.  
(Wakil Ketua Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Lumajang)**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R





# إدارة جمعية الإرشاد الإسلامية المركزية

## PIMPINAN PUSAT AL-IRSYAD AL-ISLAMIYYAH

Jl. Kalibata Utara II No. 84 Jakarta Selatan 12740 ☎ Telp. (021) 794 0380- Fax. (021) 2237 9318  
Website : [www.alirsyad.or.id](http://www.alirsyad.or.id) – Email : [pp@alirsyad.or.id](mailto:pp@alirsyad.or.id)

### SURAT KETERANGAN

Nomor : 175.B.PP.11.2022

Pimpinan Pusat Al-Irsyad Al-Islamiyyah dengan ini memberi keterangan sebagaimana berikut:

Nama : Zahrotul Farodis Diana  
NIM : 203206070008  
Jabatan : Mahasiswi semester 5 Pascasarjana UIN KHAS Jember

Dengan ini menerangkan bahwa Zahrotul Farodis Diana mahasiswi semester 5 Pascasarjana UIN KHAS Jember, memang benar telah melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan tesis yang berjudul "ANALISIS RESEPSI TOKOH AGAMA TENTANG DAKWAH DIGITAL INDONESIA TANPA PACARAN DAN NIKAH INSTITUTE DI INSTAGRAM".

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
JEMBER  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
Jakarta : 11 November 2022

**PIMPINAN PUSAT AL-IRSYAD AL-ISLAMIYYAH**

Ketua Umum  
  
**Dr. FAISOL N. BIN MADI, MA**  
NIA : 105.15.2802546





مجلس العلماء الإندونيسي  
**DEWAN PIMPINAN**

MAJELIS ULAMA' INDONESIA (MUI) KABUPATEN LUMAJANG

Sekretariat : Jl. Veteran No. 72 Lumajang 67316

Email : muikablumajang@gmail.com

**SURAT KETERANGAN SELESAI MELAKSANAKAN PENELITIAN**

Nomor : 015/MUI-LM/XI-2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : KH. Ahmad Hanif

Jabatan : Ketua Umum Dewan Pimpinan Majelis Ulama' Indonesia (DP MUI)  
Kabupaten Lumajang

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Zahrotul Farodis Diana

NIM : 203206070008

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana UIN KHAS Jember

Judul : Analisis Resepsi Tokoh Agama Tentang Dakwah Digital Indonesia  
Tanpa Pacaran dan Nikah Institute di Instagram

telah selesai melaksanakan kegiatan penelitian di Dewan Pimpinan Majelis Ulama' Indonesia (DP MUI) Kab. Lumajang, dengan judul penelitian : **Analisis Resepsi Tokoh Agama Tentang Dakwah Digital Indonesia Tanpa Pacaran dan Nikah Institute di Instagram.**

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Lumajang, 19 Rabiul Akhir 1444 H.  
14 November 2022 M

Ketua Umum,  
  
KH. Ahmad Hanif





## PIMPINAN DAERAH MUHAMMADIYAH KABUPATEN LUMAJANG

Kantor : Jl. Brantas No. 36 Jogoyudan - Lumajang

### SURAT KETERANGAN

No. 155/III.0/B/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini Pimpinan Daerah Muhammadiyah Lumajang menerangkan bahwa :

Nama : Zahrotul Farodis Diana

NIM : 203206070008

Jenis Kelamin : Perempuan

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana UIN KHAS

Yang bersangkutan telah selesai melaksanakan kegiatan penelitian Organisasi Masyarakat Keagamaan, dengan judul penelitian : **Analisis Resepsi Tokoh Agama Terhadap Dakwah Digital Indonesia Tanpa Pacaran dan Nikah Institute.**

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

*Nasrun Minallah Wafatkun Qarib.*

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Lumajang, 15 Rabiul Akhir 1444 H  
10 November 2022 M

Ketua

**Drs. AMINUDDIN**  
NBM: 548.184

Sekretaris



**Drs. MOH. KHOYUM**  
NBM: 659.114



PIMPINAN DAERAH NASYIATUL AISYIYAH  
KABUPATEN LUMAJANG

*Jl. Jend. Sutoyo Gg. II No.38 Rogotrunan Lumajang*



SURAT KETERANGAN SELESAI MELAKSANAKAN PENELITIAN

No.12/PD/II/b/XI/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suriyah Purwaningsih  
KTNA : 1312 7822 22353  
Jabatan : Ketua Pimpinan Daerah Nasyiatul Aisyiyah

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Zahrotul Farodis Diana  
NIM : 203206070008  
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana UIN KHAS

Telah selesai melaksanakan kegiatan penelitian Organisasi Masyarakat Keagamaan, dengan judul penelitian :  
**Analisis Resepsi Tokoh Agama Terhadap Dakwah Digital Indonesia Tanpa Pacaran dan Nikah Institute.**  
Demikian surat keterangan ini di buat untuk dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

Lumajang, 10 November 2022

Ketua Pimpinan daerah Nasyiatul Aisyiyah  
Kabupaten Lumajang  
  
SURIYAH PURWANINGSIH  
KTNA : 1312 7822 22353







PENGURUS CABANG NAHDLATUL ULAMA KABUPATEN LUMAJANG

Jl. Alun-alun Timur 3 RT.02 RW.06 Jogotrunan Lumajang-67314

+62 821-4098-5038 / +62 851-0247-5635 ☎

Email : pcnulumajang@gmail.com @

Website : www.nu-lumajang.or.id 🌐

## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 1639/PC/Tanf/A-I/L-29/XI/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini, Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Kabupaten Lumajang, dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa berikut:

Nama : **Zahrotul Farodis Diana**

NIM : 203206070008

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana UIN KHAS

Judul : Analisis Resepsi Tokoh Agama Terhadap Dakwah Digital Indonesia  
Tanpa Pacaran dan Nikah Institute

Telah selesai melakukan penelitian di PCNU Kab. Lumajang untuk memperoleh data/informasi dengan judul penelitian tersebut diatas.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya.

Lumajang, 15 Rabi'ul Akhir 1444 H.

10 Nopember 2022 M.

**Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama  
Kabupaten Lumajang**

H. Jamaludin, S.Pd.,MM.

Pejabat Ketua



Arief Nur Handika, S. Si.

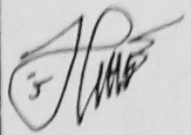
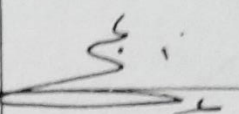
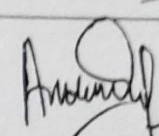
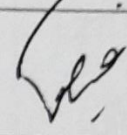
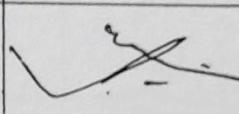
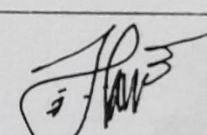
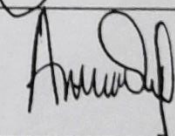
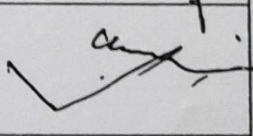

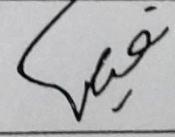
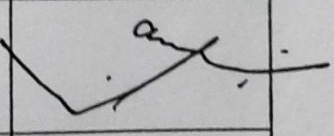
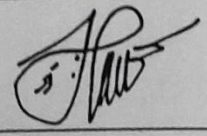
Wakil Sekretaris

**Tembusan:**

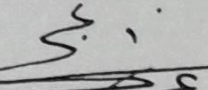
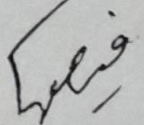
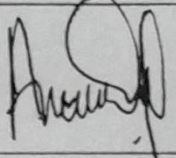

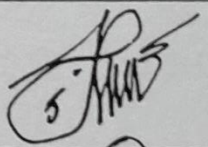
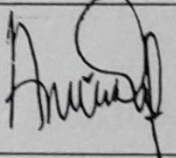
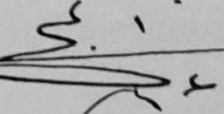
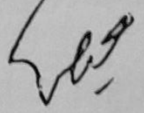
1. Rais Syuriyah PCNU Kab. Lumajang.



## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No.	Hari & Tanggal	Kegiatan	Tanda tangan
1.	Sabtu, 10 September 2022	Mengantarkan surat izin penelitian kepada Ketua Nasyiatul Aisyiyah Muhammadiyah Lumajang dan menentukan jadwal wawancara	
2.	Senin, 12 September 2022	Mengantarkan surat izin penelitian kepada Wakil Ketua Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Lumajang dan menentukan jadwal wawancara	
3.	Rabu, 14 September 2022	Mengantarkan surat izin penelitian pada Ketua MUI Lumajang dan menentukan jadwal wawancara	
4.	Rabu, 14 September 2022	Mengantarkan surat izin penelitian pada Pimpinan Pusat Al-Irsyad dan menentukan jadwal wawancara	
5.	Senin, 26 September 2022	Mengantarkan surat izin penelitian pada Penasihat Pimpinan Daerah Muhammadiyah Lumajang dan menentukan jadwal wawancara	
6.	Minggu, 18 September 2022	Melakukan wawancara kepada Ketua Nasyiatul Aisyiyah Muhammadiyah Lumajang	
7.	Senin, 26 September 2022	Melakukan wawancara kepada Ketua MUI Lumajang	
8.	Jumat, 30 September 2022	Melakukan wawancara kepada Penasihat Pimpinan Daerah Muhammadiyah Lumajang	
9.	Sabtu, 1 Oktober 2022	Melakukan wawancara kepada Wakil Ketua Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Lumajang	
10.	Rabu, 05 Oktober 2022	Melakukan wawancara kepada Pimpinan Pusat Al-Irsyad	
11.	Kamis, 10 November 2022	Mengambil Surat Keterangan selesai Penelitian di Kantor Pimpinan Daerah Muhammadiyah Lumajang	
12.	Kamis, 10 November 2022	Mengambil Surat Keterangan selesai Penelitian kepada Ketua Nasyiatul Aisyiyah Muhammadiyah Lumajang	



13.	Kamis, 10 November 2022	Mengambil Surat Keterangan selesai Penelitian di Kantor Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Lumajang	
14.	Senin, 14 November 2022	Mengambil Surat Keterangan selesai Penelitian kepada Pimpinan Pusat Al-Irsyad	
15.	Rabu, 16 November 2022	Mengambil Surat Keterangan selesai Penelitian di Kantor MUI Lumajang	
16.	Rabu, 29 Oktober 2022	Triangulasi Sumber kepada Penasihat Pimpinan Daerah Muhammadiyah Lumajang	
17.	Rabu, 30 Oktober 2022	Triangulasi Sumber kepada Ketua Nasyyatul Aisyiyah Muhammadiyah Lumajang	
18.	Kamis, 1 Desember 2022	Triangulasi Sumber kepada Ketua MUI Lumajang	
19.	Jumat, 2 Desember 2022	Triangulasi Sumber kepada Wakil Ketua Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Lumajang	
20.	Kamis, 08 Desember 2022	Triangulasi Sumber kepada Pimpinan Pusat Al-Irsyad	

## **BIODATA PENULIS**

Zahrotul Farodis Diana dilahirkan di Lumajang, 07 September 1997, anak pertama dari dua bersaudara, pasangan Bapak Suparno dan Ibu Sunarsih. Alamat: Dusun Kokapan 01 RT 04 / RW 06 Desa Rojopolo Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang Jawa Timur, HP. 085 815 275 817, e-mail: farodis.97.14@gmail.com. Pendidikan dasar dan menengah telah ditempuh di kampung halamannya di Jatiroto Lumajang. Tamat Madrasah Ibtidaiyah tahun 2009, SMP tahun 2012, dan MA pada tahun 2015.

Pendidikan berikutnya di tempuh di Institute Agama Islam Syarifuddin Wonorejo Lumajang dengan mengambil program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan mendapatkan beasiswa mahasiswa berprestasi dari Kemenag selama 2 semester hingga dapat menyelesaikan studinya di tahun 2019. Gelar mgister Pendidikan diraihinya pada tahun 2022 di Pascasarjana UIN KHAS.

Ia telah menikah dengan Mokhammad Rohim pada tahun 2020 dan telah dikaruniai seorang putra bernama Labib 'Abqoriy Mafaza pada tahun 2021. Selain menempuh pendidikan di pascasarjana, ia juga salah satu pengurus di Lembaga Ta'lif wa Nasyr Nahdlatul Ulama (LTN NU) sebagai devisi website NU Online. Pada tahun 2021, ia berhasil meraih juara 2 dalam Musabaqoh Tilawatil Qur'an (MTQ) Cabang Musabaqoh Makalah Qur-an (MMQ) tingkat Kabupaten Lumajang, telah menerbitkan buku tema motivasi berjudul "Mozaik" di akhir tahun 2019 dan saat ini tengah menyusun buku ontologi tentang memoar bertajuk "Permata di Gunung Kaki Semeru" bersama beberapa penulis Lumajang.