

STRATEGI DAKWAH PONDOK PESANTREN AN-NUR H.A DI MEDIA SOSIAL

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

Vicky Hidayat
NIM: D20171084

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
JULI 2024**

STRATEGI DAKWAH PONDOK PESANTREN AN-NUR H.A DI MEDIA SOSIAL

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh :

Vicky Hidayat
NIM. D20171084

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

Disetujui Pembimbing:



Mochammad Dawud, M. Sos
NIP. 197907212014111002.

STRATEGI DAKWAH PONDOK PESANTREN AN-NUR H.A DI MEDIA SOSIAL

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Hari: Jum'at
Tanggal: 21 Juni 2024

Tim penguji

Ketua

sekertaris

Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I.
NIP. 198710182019031004

Indah Roziqah Cholillah, M.Psi.
NIP. 198706262019032008

Anggota :

1. Muhibbin, M.Si.

2. Mochammad Dawud, S.Sos., M.Sos.

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah



MOTTO

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”* (QS. Ali Imran 3: 104)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

* Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur‘an dan Terjemahnya (Bandung: J-ART, 2004).

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT dan sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, saya persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Bapak dan Ibu tercinta (Bapak Musta'in dan Ibu Nurhasanah), yang merupakan inspirasi utama dan beliau tiada hentinya membimbing, mendidik, memotivasi serta selalu bersujud memanjatkan doa agar anaknya menjadi orang-orang yang berguna dan sukses dunia akhirat.
2. Murobbi Ruhina KH. Rochmatulloh Ali dan Ibu Nyai Dewi Samawiyah yang juga tiada hentinya mendidik, memotivasi, dan mendoakan kami setiap saat, semoga kita terus mendapatkan barokah beliau.
3. Dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing kami mulai dari awal (Mochammad Dawud, S.Sos., M.Sos), terima kasih atas segala waktu yang telah diberikan,
4. Dosen Fakultas Dakwah yang telah memberikan saya kesempatan untuk berkarya dan mendapatkan pengalaman lebih dibidang videografi dan jurnalistik lebih khusus kepada Bapak Firdaus Dwi Cahyo Kurniawan S. E, M.I.Kom, Abdul Choliq Baya, M.I.Kom terima kasih telah memberi saya kesempatan dan memberikan kepercayaan untuk saya lebih berkembang lagi.
5. Dan terima kasih kepada semua orang-orang yang mendukung dalam mengerjakan karya tulis ini, terutama bagi saudara Fahmi Royhan Nadhif, S.Sos. dan saudara Muhammad Imroni Yusuf, S.Sos, terutama bagi teman-teman KPI angkatan 2017.

KATA PENGANTAR

Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

6. Bapak Prof. Dr. Hepni, S.Ag., M.M.,CPEM selaku Rektor UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
 7. Bapak Dr. Fawaizul Umam, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
 8. Bapak Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I. selaku Kepala Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
 9. Mochammad Dawud, S.Sos, M.Sos selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
 10. Bapak/Ibu dosen, khususnya dosen Fakultas Dakwah yang telah memberikan Ilmu pengetahuan dan pengalaman yang berharga kepada peneliti selama di bangku kuliah
 11. Seluruh Civitas Akademika UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah membantu dalam kelancaran proses penyelesaian tugas akhir ini.
 12. Teman-teman KPI angkatan 2017
- Semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah.

Jember, 20 Mei 2024
Penulis

Vicky Hidayat
NIM. D20171084

ABSTRAK

Vicky Hidayat, 2024: *Strategi Dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial*.

Kata Kunci: Media sosial, strategi dakwah, pondok pesantren

Seiring dengan berkembangnya zaman, dunia maya sudah menjadi bagian kehidupan kedua bagi manusia. Hal ini menjadi salah satu tantangan tersendiri dalam dunia dakwah. maka dari itu dakwah terus mengikuti arus dan memberikan inovasi didalamnya. Salah satunya ialah strategi berdakwah di media sosial agar tercapainya sebuah pesan dakwah.

Sejauh ini pesantren di Indonesia sudah pro aktif menjawab perkembangan zaman. Dari pesantren yang berskala kecil hingga yang besar, lalu dari pesantren modern hingga yang model salaf, mayoritas sudah memiliki akun-akun media sosial, seperti Instagram, Youtube, Facebook, dan lain sebagainya untuk kegiatan berdakwah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah. Pertama, apa bentuk strategi dakwah pondok pesantren An-Nur H.A melalui media sosial? Kedua, apa dampak strategi dakwah pondok pesantren An-Nur H.A melalui media soail?

Untuk menjawab rumusan masalah berikut, penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dan metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah wawancara, dokumentasi, dan observasi. Teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif yaitu proses mencari dan menyusun secara berurutan berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam strategi penggunaannya terdapat empat ponit penting yakni mengenal khlayak, menyusun pesan, menetapkan metode, dan menyelesaikan penggunaan media yang mau dipakai. Kemudian pada dampaknya yakni terdapat dapak positi dan negatif pada pengelolaannya.

KIAT HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Definisi Istilah	6
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	14
A. Penelitian Terdahulu.....	14
B. Kajian Teori	18
1. Tinjauan Umum Media Sosial.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	28

A. Pendekatan dan Jenin Penelitian.....	28
B. Lokasi Penelitian	28
C. Subjek Penelitian	29
D. Teknik Pengumpulan Data	31
E. Analisis Data	33
F. Keabsahan Data	35
G. Tahap-tahap Penelitian	36
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISA.....	39
A. Gambaran Objek Penelitian	39
B. Penyajian Data	46
C. Pembahasan Temuan.....	61
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	16
3.1 Syarat dan Jumlah Subyek Penelitian	30



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah pada zaman dahulu masih merupakan kegiatan kemanusiaan berupa seruan atau ajakan untuk menganut dan mengamalkan ajaran islam yang dilakukan secara konvensional, artinya dalam pelaksanaan secara operasional belum mendasar pada metode-metode ilmiah, akan tetapi berdasarkan pengalaman orang perorangan. Oleh karena itu, tahapan ini juga disebut dengan tahapan tradisional. Disamping itu, fenomena-fenomena yang ada dalam tahapan ini belum tersusun secara sistematis sebagai bibit menuju ilmu pengetahuan tentang dakwah.¹

Abad teknologi yang semakin canggih, manusia modern dituntut untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan ilmu dan teknologi bagi kehidupannya. Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih membawa kemajuan dalam berbagai bidang. Saat ini tidak ada lagi pelosok dunia yang tidak terjangkau dan luput dari kecanggihan komunikasi. Dengan kecanggihan teknologi komunikasi seolah-olah tidak saling terpisah lagi, bagi dunia yang terkait dengan dunia lainnya, dan telah memperpendek antar wilayah. Salah satu kecanggihan komunikasi, yang saat ini tren adalah media sosial.

Dakwah melalui media sosial merupakan suatu inovasi terbaru dalam syiar islam, dan tentunya akan memudahkan para da'i atau penyampai pesan

¹ Sofyan Hadi, *Ilmu Dakwah Dari Konsep, Paradigma, Hingga Metodologi* (Jember: CSS (Centre for Society Studies, 2012), 1.

dakwah dalam memperlebar sayap-sayap dakwahnya. Pada era globalisasi ini bahwa manusia modern khususnya umat islam dituntut untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi bagi kehidupannya, dan dakwah harus semaksimal mungkin menggunakan media, demi tercapainya sebuah dakwah yang mudah diterima dan dijangkau oleh umat manusia maka sangat perlu cara ataupun strategi dalam melakukannya baik itu pada media sosial ataupun media mainstream. Tidak ada yang dapat membantah kemampuan media sosial dalam penyebaran agama islam, yang memiliki efektivitas tinggi. Hal ini sebab ada kecenderungan orang-orang zaman sekarang hidup di dunia maya lebih lama. Apalagi pola dunia maya sama seperti pasar, sehingga semua orang bisa mencari apa saja, termasuk soal agama. Ketika fenomena ini tidak diperhatikan dengan serius dan paradigma kita masih memandang sebelah mata terhadap media sosial, maka orang-orang yang mencari kajian atau narasi keagamaan tidak akan tersentuh dengan kajian atau narasi keilmuan yang diajarkan oleh ulama pesantren.

Media baru atau media sosial pada hari ini kerap kali banyak dimanfaatkan oleh banyak pesantren. Tak terluput juga oleh Pesantren An-Nur H.A, yang juga memanfaatkan media baru atau media sosial sebagai sarana strategi komunikasi dakwah pesantren kepada alumni dan masyarakat untuk menyampaikan video kajian dan tulisan-tulisan terkait keagamaan yang diajarkan oleh pesantren.

Saat ini media sosial yang dikelola oleh Pondok Pesantren An-Nur H.A merupakan sebagai adaptasi suatu pesantren yang mengikuti alur

perkembangan zaman dimana didalamnya terdapat konten-konten dakwah, seperti setiap harinya live streaming pengajian kitab kuning, pembuatan tulisan-tulisan berbasis dakwah dan hukum-hukum, desain poster kata-kata masyayikh, pembuatan video oleh santri seputar hukum-hukum agama. Dalam hal ini tentu pembuatan konten tersebut sebagai bahan strategi komunikasi dakwah dan sebagai branding pesantren agar tersalurnya pesan-pesan dakwah terhadap alumni dan berbagai elemen masyarakat. Juga tak kalah penting bahwa dengan adanya media ini pesantren dapat memberdayakan santri untuk bisa banyak belajar tentang teknologi dan memberikan wadah peluang bagi yang memiliki bakat atau minat untuk terus mengembangkan potensi yang ada pada diri mereka.

Tentu hal demikian menjadi perhatian, karena sebagai kepedulian lembaga kepada santri, alumni, dan masyarakat untuk terus adanya pemberdayaan. Tentu juga ada tantangan dan kendala dalam pelaksanaan dakwah pada media sosial tersebut, seperti halnya manajemen waktu, keterbatasan alat, dan durasi kajian yang cenderung pendek sehingga masyarakat awam yang melihatnya bertolak belakang dengan tradisi pesantren yang mana proses mengaji ilmu-ilmu tidak dengan instan, hal seperti itu perlu strategi khusus untuk melakukannya. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mendalami dan membahasnya dengan judul “Strategi Dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial”.

B. Fokus Penelitian

Melalui latar belakang yang telah dijelaskan, maka dengan ini penulis akan mencari beberapa fokus penelitian sebagai berikut:

1. Apa bentuk strategi dakwah yang dilakukan pondok pesantren melalui media sosial ?
2. Apa dampak strategi dakwah pondok pesantren melalui media sosial ?

C. Tujuan Penelitian

Berangkat dalam fokus penelitian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui beberapa hal berikut ini :

1. Untuk mengetahui apa saja bentuk-bentuk strategi dakwah yang dilakukan oleh pondok pesantren An-Nur H.A di media sosial.
2. Untuk mengetahui apa saja dampak strategi dakwah yang dilakukan di media sosial.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari tulisan ini adalah mengenai peran apa yang diberikan ketika berhasil melakukan penelitian dan penulisan. Kegunaan juga berbagai macam seperti berikut ini:²

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Hasil dari penelitian ini diupayakan agar bisa mengambil peran serta mengembangkan dari ilmu, khususnya dalam wujud ilmu komunikasi sebagai cabang studi dari ilmu dakwah

² Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 45.

- b. Penelitian ini dapat memperluas Khazanah keilmuan dalam penelitian sejenis.
- c. Bagi kampus Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dapat menambah literatur kepustakaan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- d. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

Seperti yang dijelaskan sebelumnya pada manfaat teoretis, secara praktis, penelitian ini juga memberikan manfaat kepada

a. Peneliti

Penelitian ini telah menjadi tambahan wawasan tidak ternilai, khususnya dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh dalam perkuliahan, terutama dalam ilmu dakwah dan ilmu komunikasi.

Penelitian ini juga akan menjadi suatu pengalaman bagi peneliti dalam bentuk suatu karya tulis ilmiah yang kelak akan menjadi portfolio tersendiri .

b. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Bagi Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember, dalam kepenulisan ini bisa menjadi tambahan referensi yang kemudian dapat menjadi bahan tambahan dalam kajian ilmu dakwah.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan luas kepada masyarakat agar mengetahui manfaat sesungguhnya media sosial bagi kehidupan dan penggunaan media sosial yang benar sebaagai mestinya.

d. Bagi Pesantren

Penelitian ini diharapkan menjadi panduan apabila ada pesantren pada umumnya yang ingin memulai berdakwah melalui media dengan strategi-strategi media, terutama pada media sosial.

E. Definisi Istilah

Dalam pengertian ilmiah berisi terkait pengertian-pengertian yang menjadi fokus dalam peneliti. Tujuannya adalah supaya tidak menjadi salah paham kepada pengertiannya sebagaimana yang telah dimaksud oleh penulis.

Dalam tulisan ini yang berjudul “Strategi Dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial”

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan bagian dari *new media* yang menawarkan suatu proses komunikasi yang lebih personal, individual dan dua arah. Media sosial merupakan suatu aktivitas yang lahir dari adanya perkembangan teknologi baru yang ada di internet. Media sosial memungkinkan para penggunanya untuk dapat berkomunikasi secara mudah selain itu juga dapat berpartisipasi bahkan berbagi dan membagikan sebuah jaringan di dunia maya.

Media sosial memungkinkan adanya sebuah kerja sama di antara pengguna menghasilkan konten (*user-generated content*). Media sosial terdiri dari susunan dua kata, yakni “media” dan “sosial”.³ “Media” yang diartikan sebagai sebuah alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai adanya kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan kasih yang berdampak pada pemberian kontribusi terhadap masyarakat. Dari pengertian masing-masing kata tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa media sosial merupakan sebuah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial. Sosial *network* juga sering disebut dengan jejaring pertemanan, karena sosial *network* merupakan bentuk layanan internet yang ditunjukkan sebagai komunitas daring bagi orang yang memiliki kesamaan aktivitas, ketertarikan pada bidang tertentu, atau kesamaan latar belakang tertentu.

2. Pengertian Strategi

Secara Etimologis, kata strategi berasal dari dua kata yaitu *stratos* dan *agein* yang memiliki arti tentara dan memimpin. Dengan begitu arti dari kata strategi adalah memimpin tentara. Kemudian muncul kata *Strategos* yang artinya adalah pemimpin tentara yang memiliki tingkat paling tinggi. Jadi, strategi adalah konsep militer yang dijadikan seni perang para jenderal atau suatu rancangan yang dapat memenangkan

³ Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri, “Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan”, Buletin Psikologi, Vol. 25, No. 1 (Agustus 2017): 37.

perang.⁴ Untuk mencapai sebuah proses komunikasi yang baik maka diperlukan juga strategi yang baik. Strategi merupakan pendekatan menyeluruh yang akan diambil untuk menghadapi tantangan yang akan muncul saat terjadinya proses komunikasi. Pemilihan strategi merupakan sebuah langkah yang paling penting dan memerlukan penanganan dalam perencanaannya. Sebab jika salah dalam pemilihan strategi maka akan fatal akibatnya bagi proses komunikasi yang berlangsung terutama kerugian dari segi waktu, tenaga, dan tentunya materi.

Menurut Onong Uchjana Effendy, Strategi adalah perencanaan dan manajemen yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan hanya akan dapat dilakukan melalui sebuah taktik operasional. Sebuah strategi harus dapat mendefinisikan khalayak yang ingin disasar, tindakan yang akan dilakukan, mengatakan kepada khalayak manfaat apa yang akan didapat, dan bagaimana mendapatkan khalayak dalam jangkauan yang besar.⁵

3. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi menurut Smith adalah kegiatan atau kampanye komunikasi yang sifatnya informasional maupun persuasif untuk membangun pemahaman dan dukungan terhadap suatu ide, gagasan atau kasus, produk maupun jasa yang terencana yang dilakukan oleh suatu organisasi baik yang berorientasi laba maupun nirlaba, memiliki tujuan,

⁴ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta : Raja Grafindo, 2013), 61.

⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung : Rosda Karya, 1984), 35.

rencana dan berbagai alternatif berdasarkan riset dan memiliki evaluasi.⁶ Strategi komunikasi berisi perencanaan dan pendekatan berdasarkan riset yang sudah dilakukan terlebih dahulu. Pada hakikatnya strategi komunikasi merupakan gabungan antara rencana komunikasi dan manajemen komunikasi yang mampu menunjukkan cara operasional yang praktis, karena dalam kegiatan komunikasi, strategi adalah hal yang menentukan keberhasilan kegiatan komunikasi itu sendiri.

4. Pengertian Dakwah

Secara terminologis, dakwah berarti proses penyampaian pesan keagamaan kepada umat manusia dari berbagai aspek kehidupan. Kehidupan manusia tersebut mencakup kehidupan material (duniawi) dan spiritual (ukhrawi) yang keduanya menggambarkan sifat *dialektik inheren* dari fenomena manusia sebagai hamba Allah. Kualitas material (*duniawi*) produk spiritual (*ukhrawi*) dan kualitas spiritual (*ukhrawi*) produk material (*duniawi*).

Selain definisi sederhana diatas, ada beberapa definisi yang dibuat oleh para ahli atau ulama yang konsen terhadap perkembangan dakwah islamiyah, yaitu antara lain;

a. Dakwah menurut Syekh Ali Mahfudz :

حَثُّ النَّاسِ عَلَى الْخَيْرِ وَالْهُدَى وَالْأَمْرُ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْيُ عَنِ الْمُنْكَرِ لِيَفُوزُوا بِسَعَادَةِ الْعَاجِلِ وَالْآجِلِ

⁶ Irwansyah, Barthelemy Ferdiza. "Strategi Komunikasi Crowdfunding Melalui Media Sosial." IPTEK-KOM, Vol. 21 No. 2, (Desember 2019): 155-168

Dakwah adalah sebagai upaya mendorong manusia untuk berbuat kebajikan dan mengikuti petunjuk (agama), menyeru mereka kepada kebaikan dan mencegah mereka dari kemungkaran agar memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.

- b. Drs. H. Masdar Helmy mendefinisikan dakwah sebagai upaya mengajak manusia agar mentaati ajaran-ajaran Allah (Islam) termasuk amar ma'ruf nahi munkar untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.
- c. Prof. Toha Yahya Oemar MA berpendapat bahwa dakwah adalah usaha mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.
- d. Achmad Diya'uddin mendefinisikan dakwah islam sebagai segala macam usaha yang dilakukan oleh seseorang muslim atau lebih untuk merangsang orang lain agar memahami, meyakini dan kemudian menghayati ajaran Islam sebagai pedoman hidup dan kehidupannya.
- e. A. Hasymi bahwa dakwah yaitu mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan Aqidah dan syari'ah Islam yang terlebih dahulu diyakini dan di amalkan oleh pendakwah sendiri.
- f. Salahuddin Sanusi menjelaskan dengan detail bahwa dakwah ialah memindahkan ummat dari situasi kekufuran ke situasi keimanan, dari situasi terjajah ke situasi kemerdekaan, dari situasi kemelartan ke situasi kemakmuran, dari situasi mundur ke kemajuan, dari berpecah

belah ke persatuan, merubah orang yang jahat mejadi shaleh, yang maksiat mejadi taat, yang bodoh mejadi berpengetahuan, yang miskin mejadi bercukupan.⁷

5. Pengertian Pondok Pesantren

Pondok pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan tradisional berbasis Islam yang mengkaji ilmu-ilmu agama islam sebagai kajian utamanya dan menerapkannya sebagai amal keseharian. Sebagai lembaga Pendidikan tradisional, pondok pesantren memiliki peranan besar dalam mencerdaskan anak bangsa, tidak sedikit para pemimpin indonesia lahir dari pondok pesantren seperti K.H. Wahid Hasyim, M. Nastir, Buya Hamka, Mukti Ali, K.H. Saifuddin Zuhri, dan lain-lain.

Tujuan lembaga pendidikan pondok pesantren adalah untuk membentuk kepribadian, memantapkan ahlaq dan melengkapinya dengan pengetahuan. Pondok pesantren lahir dan berkembang di Indonesia tidak terlepas dari campur tangan para wali songo yang tersebar di pulau Jawa pada abad 15-16 Masehi. Sunan Maulana Malik Ibrahim dikenal sebagai bapak spiritual (*Spiritual Father*) Walisongo, dalam masyarakat santri jawa biasanya dipandang sebagai guru-gurunya tradisi pesantren di tanah jawa.⁸

⁷ Sofyan Hadi, *ILMU DAKWAH Dari Konsep, Paradigma, Hingga Metodologi* (Jember: CSS (Centre for Society Studies, 2012), 10-11.

⁸ *Ibid*, 183-184.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam model pembahasan serta penelitian ilmiah ini, guna mempermudah bagi para pembaca dalam memahami, yang terbagi dalam 5 bab sebagaimana yang telah dijelaskan dibawah ini:

BAB I

Berisi tentang pendahuluan. Dalam pembahasan pertama mengurai terkait skema singkat dalam pembahsan dan termuat dalam berbagai bab. dalam bab ini seperti: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan lain sebagainya.

BAB II

Berisi tentang kajian pustaka. Dalam hal ini dijelaskan tentang penelitian sebelumnya yang di dalamnya tertulis dalam hasil penelitian serta kajian teori yang memiliki kesinambungan dengan “Strategi Dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial”.

BAB III

Berisi tentang metode penelitian. Dalam hal ini mengurai tentang pendekatan dan jenis penelitian, subjek penelitian dan lain sebgainya yang menyangkut tentang pra, proses dan pasca penelitian.

BAB IV

Berisi tentang pengolahan serta analisis data. Dalam hal ini menguraikan tentang objek penelitian, penyajian dan analisis data serta pembahasan tentang penemuan berdasarkan data dan fakta yang ada di lapangan.

BAB V

Berisi penutup. Pada hal ini memberikan kesimpulan dari berbagai pembahasan hasil penlitian, serta mencangkup saran yang berkaitan dengan pokok bahasan penelitian.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial”, penulis mengembangkan studi kajian dengan mengambil beberapa penelitian atau studi bentuk skripsi dan jurnal yang memiliki relevansi dengan pembahasan dan kajian diatas, yang berguna sebagai acuan dan perbandingan, sehingga penelitian yang akan penulis lakukan akan menjadi baik dan dapat dipertanggung jawabkan.

Tinjauan pustaka yang penulis ambil antara lain :

1. Khirul Amanillah dengan judul “PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Strategi Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram @komik.alasantri). Penelitian ini membahas tentang bagaimana perencanaan strategi dengan menggunakan analisis SWOT yang meliputi kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman pada suatu konten.

Beberapa persamaan permasalahan dengan yang ditulis peneliti, ialah :

- a) Pokok kajian yang diteliti sama-sama pada perihal seputar sosial media.
- b) Membahas tentang strategi-strategi penting yang dilakukan oleh pemilik akun Instagram @komik.alasantri

2. Dwi Putri Robiatul Adawiyah dan Moch Choirul Arif dalam jurnal komunikasi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KABUPATEN SAMPANG DALAM MERUKUNKAN PENGANUT SUNNI-SYIAH”. Penelitian ini yakni untuk mengetahui tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah untuk merukunkan anantara penganut kedua belah pihak.
3. Dalam skripsi yang ditulis oleh Rika Nuriya Kumala Sari yang berjudul “ PERAN MEDIA DAKWAH DI PONDOK PESANTREN RIYADLATUL ULUM DESA BUMI HARJO 39B BATANG HARI LAMPUNG TIMUR” membahas tentang apa saja dampak dan tujuan dalam penggunaan media majalah dinding sebagai komunikasi dakwah yang dilakukan pada pondok pesantren tersebut. Kesamaan kajian yang ditulis oleh penguji ialah sama-sama objek penelitian yang digunakan ialah pondok pesantren dan sama-sama bagaimana media sebagai bentuk kesuksesan pesan komunikasi terhadap komunikan.
4. Dalam Jurnal “OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL PESANTREN UNTUK MEMBENDUNG KONTEN NEGATIF DI DUNIA MAYA” yang ditulis oleh Achmad Farid membahas tentang pentingnya media pesantren terjun dalam media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan untuk membendung konten negatif yang ada di media sosial.
5. Dalam skripsi yang berjudul “PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI DI PONDOK PESANTREN DARUL LUGHAH WAL KAROMAH SIDOMUKTI KRAKSAAN

PROBOLINGGO” yang ditulis oleh Savinatul Hasanah, peneliti menfokuskan pada pemabahasan bagaimana perencanaan pembuatannya.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul (Tahun)	Persamaan	Perbedaan	Originalitas
1	Khairul Amanillah “Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Strategi Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram @komik.alasantri)” (2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini meneliti perihal bagaimana media sosial sebagai peran kesuksesan dalam berkomunikasi . • Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. 	Penelitian ini berfokus pada tentang bagaimana perencanaan strategi dengan menggunakan analisis SWOT yang meliputi kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman pada suatu konten media dakwah pada Instagram.	Peneliti berfokus pada bagaimana pengelolaan media sosial mulai dari aspek perencanaan, kelemahan, hingga ancaman. Yang nanti adanya suatu strategi dalam penyampaian komunikasi itu sendiri.
2	Dwi Putri Robiatul Adawiyah dan Moch Choirul Arif “Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Sampang Dalam Merukunkan Penganut Sunni-Syiah” (2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi . • Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. 	Penelitian ini berfokus pada pendekatan fenomenologi yang lebih banyak memahami orang-orang sekitarnya sebagai penentuan strategi komunikasi.	Peneliti lebih berfokus pada pendekatan fenomenologi yang menggunakan metode persuasive sebagai pendekatannya.
3	Rika Nuriya Kumala Sari “Peran Media Dakwah Di Pondok Pesantren Riyadltul Ulum Desa Bumi Harjo 39B Batang	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini meneliti tentang peran media sebagai factor kesuksesan 	Penelitian ini berfokus pada media majalah dinding sebagai penelitian .	Peneliti berfokus bagaimana dampak dan tujuan media massa sebagai

	Hari Lampung Timur” (2019)	<p>dalam menyampaikan dakwah pesantren.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. 		factor upaya kesuksesan. dalam menyampaikan pesan dakwah.
4	Achmad Farid “Optimalisasi Media Sosial Pesantren untuk Membendung konten Negatif di Dunia Maya” (2019)	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini sama membahas tentang pentingnya media pesantren terjun dalam media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan. • Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. 	Penelitian ini hanya berfokus pada bagaimana pengoptimalisian media membendung konten negatif tanpa banyak membahas seputar strategi komunikasinya.	Peneliti membahas tuntas tentang pentingnya media pesantren terjun dalam media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan untuk membendung konten negatif yang ada di media sosial.
5	Savinatul Hasanah “Pengelolaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Pondok Pesantren Darul Lughah Wal Karomah Sidomukti Kraksaan Probolinggo” (2022)	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini sama membahas banyak tentang penerapan media sosial pada pondok pesantren. • Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif 	Penelitian ini juga banyak berfokus pada penerapan dan perencanaan konten promosi pesantren.	peneliti menfokuskan pada pemabahasan bagaimana perencanaan pembuatan konten harian, mingguan, hingga bulanan sebagai bahan promosi pondok

		dengan analisis deskriptif.		pesantren tersebut.
--	--	-----------------------------	--	---------------------

B. Kajian Teori

1. Tinjauan Umum Tentang Media Sosial

a) Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media *online* dimana pengguna (*user*) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih. Internet, medsos dan teknologi multimedia menjadi satu kesatuan yang sulit dipisahkan serta mendorong pada hal-hal baru.⁹

Pengertian lain media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam.¹⁰ Van Dijk menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam

⁹ Ani Mulyati, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI* (Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), 25.

¹⁰ Fonny J. Waani, "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga", *Jurnal Ilmiah Society*, Vol 2. No 1, (2020), 2.

bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Media sosial diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing*, *Collaborating* dan *Connecting*.¹¹

b) Ciri-ciri Media Sosial

Menurut Eka Putri Pitasari dkk, dewasa ini semakin hari semakin cepat, beragam, unik, merambah beragam segmen dan berkarakteristik. Adapun beberapa karakteristik yang ada pada media sosial yaitu:¹²

1) Partisipasi

Partisipasi ini mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga mengaburkan batas antara media dan *audience* (Media massa/media siaran).

2) Keterbukaan

Kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui sarana-sarana voting, komentar, dan berbagai informasi. Jarang sekali dijumpai batasan untuk mengakses dan memanfaatkan isi pesan (perlindungan password terhadap isi cenderung dianggap aneh).

3) Perbincangan

Media sosial memungkinkan terjadinya perbincangan antar pengguna secara dua arah.

¹¹ Prisgunanto Ilham, *Komunikasi Pemasaran Era Digital* (Jakarta: Prisnani Cendikia, 2014), 20.

¹² Eka Putri Pitasari, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*, (Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat, 2014), 9.

4) Komunitas

Media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas secara cepat (instan) dan berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/kepentingan (dari hobi fotografi, politik, hingga tayangan tv favorit).

5) Keterhubungan

Mayoritas media sosial tumbuh subur lantaran kemampuan melayani keterhubungan antar pengguna, melalui fasilitas tautan (*links*) ke website, sumber-sumber informasi dan pengguna-pengguna lain.

c) Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Puntoadi bahwa terdapat beberapa macam jenis media sosial yaitu sebagai berikut:

1) Bookmarking¹³

Bookmarking memberikan memberikan sebuah kesempatan untuk *menshare* link dan tag yang diminati. Hal sedemikian bertujuan agar setiap orang dapat menikmati yang kita sukai.

2) Wiki

Sebagai situs yang memiliki macam-macam karakteristik yang berbeda, misalnya situs *knowledge sharing*, *wikitravel* yang memfokuskan sebagai suatu informasi pada suatu tempat.

¹³ Dan Zarella, *The Social Media Marketing Bank* (Jakarta: PT. Serambi, 2010), 2.

3) Flickr

Situs yang dimiliki yahoo, yang mengkhususkan sebuah image sharing dengan contributor yang ahli pada setiap bidang fotografi di seluruh dunia. Flickr menjadikan sebagai photo catalog yang setiap produknya dapat dipasarkan.

4) Creating Opinion

Media sosial tersebut memberikan sarana yang dapat untuk berbagi opini dengan orang lain di seluruh dunia. Melalui media sosial tersebut, semua orang dapat menulis jurnal, sekaligus sebagai komentator.

5) Jejaring Sosial

Melalui situs-situs konten sharing tersebut orang-orang menciptakan berbagai media dan juga publikasi untuk berbagi kepada orang lain. Berikut beberapa contoh dari aplikasi media

sosial tersebut:¹⁴

a) Facebook

Facebook adalah website *social networking* yang populer belakangan ini. Di website ini, anda dapat melihat berita tentang bagaimana keadaan teman-teman anda, sedang apa mereka saat ini, kamren melakukan apa dan lain-lain. Selain itu, anda juga bias bermain games bersama, berbagi photo, video, cerita, *link-link*, *website* dan banyak lagi. Pada

¹⁴ Puntodi Danis, *Meningkatkan penjualan melalui media sosial* (Jakarta: PT. GramediaPustaka Utama, 2011), 34.

saat buku ini dibuat, pengguna *facebook* sudah mencapai 11 juta orang di Indonesia. 11 juta adalah jumlah yang sangat banyak, artinya anda bias menawarkan produk atau jasa anda kepada mereka melalui *facebook*. Untuk mengunjungi website ini, ketik pada brosur; www.facebook.com.¹⁵

b) Youtube

Youtube adalah sebuah situs *web video sharing* (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Didirikan pada bulan februari 2005 oleh tiga orang mantan karyawan *paypal*, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di youtube adalah video klip film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri.¹⁶

c) Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang menjadi teman anda. Pada instagram sendiri menerapkan system pertemanan yang menggunakan istilah *following* dan *follower*. Anda mengikuti pengguna, sedangkan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti anda.

¹⁵ Andy Shera, *Step by step Internet Marketing* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), 5.

¹⁶ Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram", *Jurnal Komunikasi KAREBA*, vol. 5, No. 2 (2016), 45.

d) Fungsi Media Sosial

Sejalan dengan fungsi media sosial, pengguna media sosial berfungsi antara lain:

- 1) Keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena aduensilah yang akan menentukan. Berbagai media sosial menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.
- 2) Media sosial Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi interaksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan konten komunikasi yang lebih individual, melalui media sosial pula berbagai para pemasaran dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interalsi secara personal serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang

lebih dalam.¹⁷

e) Dampak Positif Media Sosial

1. Mempermudah berinteraksi dengan banyak orang
2. Memperluas pergaulan
3. Lebih mudah dalam mengepresikan diri

f) Penyebaran informasi secara cepat

Jadi pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah merupakan suatu pilihan yang tepat di era saat ini. Media sosial hadir

¹⁷ Machyudi Agung Harahap, Susri Adeni, "Tren Pengguna Media Selama Pandemi Di Indonesia" *Jurnal Profesional FIS UNIVED*, Vol. 7, No. 2 (2020), 21 Agama Islam, Universitas Muhammdiyah Makasar 2016), 16.

dengan berbagai fitur sebagai media mengekspresikan diri atau dakwah suatu lembaga. Membuat suatu lembaga lebih dekat dan lebih efisien dari proses sebelumnya yaitu dengan menggunakan orang per orang, ceramah, harus menyampaikan pada waktu jum'at dan lainnya, dengan hadirnya media sosial ini kita dapat kapan saja berdakwah.

Dengan media sosial kegiatan dakwah dengan menyebarkan informasi-informasi terkait dengan lembaga, menciptakan strategi komunikasi yang lebih baik. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana strategi komunikasi dakwah lebih mudah, bisa kapan saja, cepat, dan tentunya lebih banyak sasarannya.

1. Strategi Komunikasi Dakwah di Media Sosial

Dakwah melalui media sosial merupakan suatu inovasi terbaru dalam syiar islam, dan tentunya akan memudahkan para da'i atau penyampai pesan dakwah dalam memperlebar sayap-sayap dakwahnya. Pada era globalisasi ini bahwa manusia modern khususnya umat islam dituntut untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi bagi kehidupannya, dan dakwah harus semaksimal mungkin menggunakan media, Demi tercapainya sebuah dakwah yang mudah diterima dan dijangkau oleh umat manusia maka sangat perlu cara ataupun strategi dalam melakukannya baik itu pada media sosial ataupun media mainstream.

Tidak ada yang dapat membantah kemampuan media sosial dalam penyebaran agama islam, yang memiliki efektivitas tinggi. Hal ini sebab ada kecenderungan orang-orang zaman sekarang hidup di dunia maya lebih lama. Apalagi pola dunia maya sama seperti pasar, sehingga semua orang bisa mencari apa saja, termasuk soal agama. Ketika fenomena ini tidak diperhatikan dengan serius dan paradigma kita masih memandang sebelah mata terhadap media sosial, maka orang-orang yang mencari kajian atau narasi keagamaan tidak akan tersentuh dengan kajian atau narasi keilmuan yang diajarkan oleh ulama pesantren.

Strategi juga dapat diartikan rencana cermat dan sistematis mengenai suatu kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Tahapan lain yang harus dilakukan dalam menentukan perencanaan strategi komunikasi. Ada empat komponen strategi komunikasi yaitu :¹⁸

a). Mengenal Khalayak

Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan kerangka referensi khalayak secara tepat dan seksama, yang meliputi: (1) Kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak yang terdiri dari pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan, kemampuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang digunakan, pengetahuan khalayak terhadap perbendaharaan

¹⁸ Fajar Marhaeni, Ilmu Komunikasi : Teori & Praktek (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2009), 184

kata-kata yang digunakan; (2) Pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma kelompok dan masyarakat yang ada dan (3) situasi dimana khalayak itu berada.

b). Menyusun Pesan

Langkah ini berkaitan dengan penentuan tema dan materi. Tujuan utama dari tahapan ini adalah mampu membangkitkan perhatian.

c). Menetapkan Metode

Berkaitan dengan metode bagaimana pesan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan agar selaras dan diterima secara efektif. Dalam hal ini dapat dilihat dari dua aspek yaitu menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya. Menurut pelaksanaannya dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu metode redundancy (repetition) dan canalizing. Sedangkan yang kedua menurut bentuk isinya dikenal metode-metode: informatif, persuasif, edukatif, dan kursif.

d). Seleksi dan Penggunaan Media

Penggunaan medium disini sebagai alat penyalur ide, dalam rangka memberi pengaruh kepada target yang menjadi sasaran suatu pesan. Pemilihan media disini harus disesuaikan dengan pesan dan kebutuhan serta kondisi khalayak. Dapat dilakukan dengan menganalisa masing-masing kelebihan dan kelemahan alat

masingmasing, juga mempertibangkan situasi sosial dan psikologis masyarakat

2. Dampak Konten Media Sosial Dakwah Kepada Masyarakat

Dampak adalah pengaruh kuat yang dapat berakibat positif atau negative¹⁹. Sedangkan menurut para ahli, definisi dampak adalah akibat, imbas atau pengaruh yang terjadi (baik itu negative atau positif) dari sebuah tindakan yang dilakukan oleh satu/sekelompok orang yang melakukan kegiatan tertentu. Dalam kehidupan sehari-hari, kata dampak merupakan kata yang telah lazim digunakan dalam masyarakat luas pada umumnya dengan pengelompokan sebagai berikut :

a. Dampak Positif

Dampak positif ini adalah akibat baik atau pengaruh menguntungkan yang didapatkan dari berbagai hal atau peristiwa yang terjadi.

b. Dampak Negatif

Dalam hal ini pengaruh atau akibat yang dihasilkan dari kata dampak adalah merugikan dan cenderung memperburuk keadaan berdasarkan arti kata tersebut, maka yang dimaksud dengan dampak dalam tulisan ini adalah akibat yang ditimbulkan dari hal tersebut.

¹⁹ Peter Salim dan Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* (Jakarta: Modern English Press, 1991), 85.

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada tahap metode penelitian yakni untuk memperoleh data yang diinginkan. Berdasarkan metode tersebut ada beberapa hal yang perlu disampaikan sebagai berikut :²⁰

A. Pendekatan dan Jenis Pendekatan

Secara metodologis, pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif (deskriptif). Adapun definisi penelitian deskriptif adalah penelitian yang mengilustrasikan sifat-sifat atau karakter setiap individu, keadaan, gejala, tertentu. Pendekatan tersebut diambil karena penulis ingin secara jelas yang sesuai dengan kondisi yang ada yakni dengan mencari tahu tentang media sebagai sarana strategi dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial, mungkin dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif ini, temuan-temuan data empiris dapat di deskripsikan secara lebih rinci, lebih jelas dan lebih akurat. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian akan dilakukan.²¹ Lokasi penelitian ini dirasa mampu untuk memberi informasi yang dibutuhkan penulis terkait topik penelitian yang diangkat. Adapun lokasi penelitian ini yaitu di Pondok Pesantren An-Nur H.A yang beralamat di Jln. Argopuro No. 47 Desa Rambigundam Kec. Rambipuji Kab. Jember. Peneliti

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2010), 3.

²¹ Babun Suharto dkk, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Press, 2017), 74.

memilih Pondok Pesantren An-Nur H.A sebagai tempat penelitian dikarenakan Pondok Pesantren An-Nur H.A yang merupakan Pondok Pesantren yang sudah tercatat pada negara dan salah satu pondok pesantren yang juga aktif pada permainan media sebagai dakwah di dalamnya.

C. Subyek Penelitian

Dalam penelitian yang berjudul “*Strategi Dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial*” Subyek yang dipilih yang berkaitan langsung dengan media yang ada di pesantren dan juga berhubungan langsung dengan pembuatan konten dan juga memiliki pengetahuan perihal topik penelitian.

Adapun kriteri-kriteria subyek penelitian ialah :

1. Seorang telah mengetahui terkait problematik yang akan dikaji.
2. Berhubungan langsung dengan pengelola media
3. Bersedia mengikuti jalannya penelitian dan menjadi narasumber dalam penelitian.
4. Seseorang netral artinya tidak menjelek-jelekan kelompok yang lain.

Melalui penentuan ini diupayakan bisa mendapat jawaban dari narasumber yang telah mengetahui problematika pembahasan yang diteliti sehingga diperoleh data valid. Berbagai narasumber yang bisa memberikan data kongkrit adalah:

1. Pengelola Media Sosial Pondok Pesantren yakni, Wahab Hisbillah, Athoya Zidan Huda, dan Ahmad Yusuf Al-Hamdani.
2. Kepala Pondok Pesantren yakni Rohis Ruhsatullah.

Tabel 3.1
Syarat dan Jumlah Subyek Penelitian

No	Syarat	Jumlah
1	Pengelola Media Sosial	3
2	Kepala Pondok Pesantren	1
Jumlah		4

Nama-nama diatas merupakan kriteria para subyek penelitian yang bersedia menjalani jalannya penelitian dan menjadi narasumber dalam pencarian data yang dibutuhkan oleh peneliti.

Adapaun berdasarkan pada sumber pengambilan data, sumber data pada penelitian ini dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Data Primer yaitu data yang diperoleh dari narasumber secara langsung di lokasi penelitian yang memberikan informasi langsung kepada peneliti. Dalam data primer ini mencakup wawancara dengan Pengurus Pondok Pesantren, Anggota Media, dan Alumni Pondok Pesantren An-Nur H.A.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari hasil studi pustaka, buku, referensi jurnal, artikel, majalah, internet, dan sebagainya. Bertujuan sebagai pendukung informasi-informasi yang terkait dengan penelitian. Dengan pertimbangan data tersebut mampu menjadi penunjang fakta dan realitas yang terjadi di lapangan sehingga memperoleh validitas data yang lebih baik.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan.²²

Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Wawancara, teknik Observasi, dan teknik Dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu metode pengumpulan berita, data, atau fakta di lapangan. Prosesnya bisa dilakukan secara langsung dengan bertatap muka langsung (*face to face*) dengan informan. Namun, bisa juga dilakukan dengan tidak langsung seperti melalui telepon, internet, atau surat (wawancara tertulis).²³

Wawancara dilakukan dengan informan yang telah ditentukan oleh peneliti. Informan adalah orang yang memiliki pengetahuan atau kejadian langsung berkaitan dengan topik penelitian. Dalam penelitian ini peneliti telah membuat dan menyusun pokok wawancara. Pokok wawancara dibutuhkan sebagai gambaran proses dan isi wawancara untuk menjaga agar seluruh pokok-pokok yang tersusun dapat tercakup sepenuhnya.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2010), 3.

²³ Mohammad Mulyadi, *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pratik Kombinasinya Dalam Penelitian Sosial* (Jakarta: Publica Institute, 2012), 100.

Wawancara dalam penelitian ini ditunjukkan kepada Anggota Media dan Alumni Pondok Pesantren An-Nur H.A. Teknik ini yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan.

2. Observasi

Teknik observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian.²⁴ Dalam teknik ini penelitian ingin langsung hadir ke lokasi lapangan, sehingga bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan sebagai dasar analisis yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu suatu Teknik yang digunakan guna mengumpulkan data dari foto-foto, catatan khusus rekaman-rekaman, dll.

Melalui teknik tersebut ini peneliti mengumpulkan sumber data yang diperlukan yang ada di tempat penelitian mengenai foto, catatan khusus, rekaman, dan sebagainya yang menyangkut dengan penelitian ini yang didapat dari informan, beberapa data yang bisa didapatkan dalam metode dokumentasi sebagai berikut:

- a. Foto dokumentasi dengan narasumber.
- b. Foto dokumentasi ruang kegiatan media.

²⁴ Djam'a Satori, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2009), 113.

E. Analisis Data

Proses analisis data penelitian ini pada prinsipnya dilakukan secara berkesinambungan yaitu sejak sebelum memasuki lapangan, Selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Hal ini sebagai mana dinyatakan oleh nasution bahwa proses analisis sudah dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun meneliti hingga penulisan hasil penelitian. Akan tetapi yang lebih sulit dan lebih terfokus dalam menganalisis data adalah selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data.²⁵

Menurut Miles dan Huberman analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus menerus sampai tuntas, hingga datanya penuh. mekanisme tahapan yang dikemukakan Miles dan Huberman, diantaranya adalah.²⁶

1. Reduksi Data

Data yang telah didapatkan dalam penelitian jika tidak bisa direduksi dengan baik maka akan membawa kerumitan bagi sang peneliti maka hal tersebut harus diantisipasi dengan baik. Data yang telah direduksi akan memberikan kemudahan bagi sipeneliti dalam mengumpulkannya.

Penulis akan merangkum data hasil observasi selama berada di lokasi penelitian dan merangkum dokumen yang menyangkut fokus masalah dalam penelitian. Utamanya data dari narasumber tersebut yang akan dipilih sesuai yang diharapkan penulis pada fokus masalah dalam penelitian karena banyaknya pertanyaan yang diajukan pada narasumber.

²⁵ Ibid, 215

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfabeta, 2013), 245.

Harapannya, agar memudahkan penulis dalam mencari inti permasalahan dalam penelitian.

2. Penyajian Data

Ketika selesai mereduksi data, lalu penelitian dapat disajikan data dengan gampang. Tehnik penyajian data kualitatif bisa dilakukan dengan menghubungkan antar kategori, singkat, bagan, *flowchat* serta sejenis. Penyajian data yang paling banyak digunakan dalam metode kualitatif adalah dengan teks naratif. dengan metode ini penjelasan data akan lebih mudah untuk dipahami sehingga proses selanjutnya dapat mudah dilakukan dengan cepat dan tepat.

3. Penarikan Kesimpulan

Proses ini adalah proses terakhir, yakni proses pengambilan kesimpulan dari teknis analisis data penelitian ini. Yakni kegiatan mengerucutkan data-data yang sudah tertulis untuk ditarik kesimpulan dan ditentukan tindakan selanjutnya. Kesimpulan dari penelitian ini diharapkan adalah suatu temuan baru.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin saja tidak, karena seperti telah dikemukakan masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah penelitian berada dilapangan.

Tahap akhir yang akan dilakukan penulis adalah menyampaikan hasil akhir penelitian berupa data display. Karena banyak data yang

diperoleh dari observasi di lapangan, dokumentasi, khususnya wawancara kepada narasumber, karena ditakutkan data *display* yang ada kurang *kredibile*.

F. Keabsahan Data

Pada keabsahan data ini memuat bagaimana usaha-usaha yang hendak dilakukan penulis untuk memperoleh keabsahan data-data temuan di lapangan. Agar diperoleh temuan yang absah, maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik-teknik keabsahan data seperti perpanjangan kehadiran peneliti, observasi secara lebih mendalam, triangulasi (menggunakan beberapa sumber, metode, peneliti, teori), pembahasan oleh teman sejawat, analisis kasus lain, melacak kesesuaian hasil, dan pengecekan anggota (*member check*).²⁷

Dalam melakukan kegiatan pengecekan keabsahan data yang peneliti temukan, maka peneliti mengemukakan teknik yang diperlukan peneliti dalam mengukur keabsahan temuan tersebut, yaitu :

1. Melakukan perpanjangan kehadiran peneliti, sehingga peneliti dapat menguji kebenaran informasi.
2. Observasi yang diperdalam untuk memperoleh data yang akurat.
3. Triangulasi, triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data *Strategi Dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial*.

²⁷ Tim Penyusun, *Pedoman Karya Ilmiah IAIN Jember* (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 47.

4. Uraian, adalah data yang diperoleh peneliti itu jelaskan secara detail sehingga peneliti dapat mengerti dan mengetahui hasil temuan di peroleh dari penelitian *Pemanfaatan Strategi Dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial.*

G. Tahap-tahap Penelitian

Teknik yang dilakukan dalam tahap penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pra-Lapangan

Diawali dengan tahap pra lapangan, ada 6 langkah yang dapat dilakukan oleh peneliti yakni:

a. Membuat rancangan

Pada tahap rancangan ini dimulai dari pengajuan judul, membuat matriks penelitian dan diajukan pada dosen pembimbing dan berlanjut dengan penyusunan proposal hingga pada tahap akhir.

b. Memilih lokasi penelitian

Lokasi penelitian dalam tulisan ini adalah Pondok Pesantren An-Nur H.A Jl. Argopuro No. 47 Desa Rambigundam Kec. Rambipuji Kab. Jember.

c. Mengurus perizinan

Hal ini dilakukan dalam pra-penelitian, yakni dengan menyerahkan surat dari UIN KHAS Jember terhadap para narasumber yang akan diteliti di lingkungan Pondok Pesantren An-Nur H.A Menjajaki dan menilai lapangan

Tahap ini belum sampai pada titik yang menyingkapkan bagaimana penelitian masuk lapangan dalam arti mulai mengumpulkan data yang sebenarnya. Jadi, tahap ini barulah merupakan orientasi lapangan, namun dalam hal-hal tertentu telah menilai keadaan lapangan.

d. Memilih dan memanfaatkan informan

Peneliti dalam memilih informan dengan mencari narasumber yang memang kompeten di bidangnya diantaranya meliputi anggota media pesantren hingga alumni yang pernah terlibat didalamnya.

e. Menyiapkan perlengkapan dalam penelitian

Sebelum turun ke lapangan peneliti menyiapkan berbagai kebutuhan yang selaras dengan teknik pengumpulan data (observasi, wawancara, dan dokumentasi). Perlengkapan dibutuhkan diantaranya adalah mempersiapkan pertanyaan untuk pengantar diskusi, handphone untuk merekam dan segala kebutuhan yang digunakan dan membantu dalam proses penelitian.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Jika berbagai proses sudah disiapkan maka peneliti memulai dengan sesuai prosedur perencanaan yang telah disusun sebelumnya, agar bisa sistematis.

3. Tahap Analisis Data

Proses tahapan paling terakhir, peneliti menganalisis data yang sesuai dengan teknik analisa yang digunakan, seperti analisis kualitatif

deskriptif, dan setelahnya dilakukan dengan proses penyusunan laporan penelitian.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISA

A. Gambaran Obyek Penelitian

Jember adalah wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) yang berada tepat di timur ujung pulau Jawa, tepatnya di Provinsi Jawa Timur. Jika dilihat dari sejarahnya kabupaten Jember relatif masih muda dibandingkan dengan kabupaten lain di sekitarnya, yaitu baru berusia 83 tahun. Budaya masyarakat Jember sangatlah unik karena terjadinya proses afiliasi budaya masyarakat Madura dan Jawa. Ini terjadi karena datangnya masyarakat Madura yang dipekerjakan oleh pemerintahan kolonial Belanda. Interaksi budaya madura dan jawa memunculkan budaya yang baru dan khas yang tidak dimiliki oleh masyarakat lainnya.

Kabupaten Jember juga dikenal dengan banyaknya pondok pesantren se Jawa Timur, setidaknya pada tahun 2023 ini sudah tercatat 4.452 pesantren di Jawa Timur, sedangkan Kabupaten Jember terdapat 611 Pondok Pesantren yang memberikan nominal terbanyak se Provinsi Jawa Timur disusul Kabupaten Sampang terbanyak nomor dua yakni berjumlah 352 Pondok Pesantren, dan pada posisi ke tiga yakni Kabupaten Bojonegoro dengan total 262 Pondok Pesantren. Maka dari itu sudah tidak diragukan lagi banyak orang menyebut bahwa Kabupaten adalah Kota Santri.

1. Profil Pondok Pesantren An-Nur H.A

Pondok Pesantren An-Nur H.A adalah sebuah pondok pesantren yang memiliki titik kulminasi keasaban dari Pondok Pesantren Annuriyyah Kaliwining Rambipuji Jember yang dahulu kala disepuhi oleh KH. Soleh Syakir dan Pondok Pesantren An Nur Bululawang di kota Malang Jawa Timur yang dikenal sebagai pondok pesantren pertama yang didirikan langsung oleh KH. Anwar Nur.

Pondok Pesantren An-Nur H.A merupakan pesantren yang berdiri pada tahun 2002 yang didirikan oleh KH. Rohmatullah Ali disebuah pekarangan tanah 1 hektar yang terletak di Jl. Argopuro No.47 Rambigundam Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur Indonesia. Pondok Pesantren ini terletak kira-kira 12 km ke arah barat kota Jember, jarak dari jalan raya kurang lebih 200 meter ke arah utara. Pondok pesantren ini juga cukup banyak dikelilingi dengan rumah penduduk yang cukup padat, dari sebelah barat dan utara terdapat aliran sungai dan dikelilingi oleh perkebunan penduduk sehingga pesantren ini cukup asri dan tidak terlalu terganggu oleh hiruk pikuknya perkotaan.

Visi Pondok Pesantren An-Nur H.A adalah “Mempertahankan hal lama yang baik serta mengambil hal baru yang lebih baik.” Sedangkan Misi Pondok Pesantren An-Nur H.A adalah “Mencetak Santri Salaf dalam pemikiran Kholaf.” Pondok Pesantren ini merupakan pesantren yang kental dengan kesalafan nya akan tetapi juga mengikuti perkembangan zaman dengan adanya lembaga pendidikan formal Sekolah Menengah

Pertama (SMP) dan Madrasah Aliyah (MA). Kegiatan di Pondok Pesantren ini yakni dimulai Jam 03:30 (subuh) dengan di akhiri wajib belajar jam 22:00.

Adapun identitas Pondok Pesantren An-Nur H.A ialah;

Nama : Pondok Pesantren An-Nur H.A
 Nama Pendiri / Pengasuh : KH. Rochmatulloh Ali
 Nomor Statistik Pondok : 510035090029
 Th.Berdiri/Th.Beroperasi : 2002
 Akta Notaris : Irwan Rosman, SH,MKn
 No. AHU. AH.01.04.Tahun 2011 Tanggal
 11 Februari 2011
 Status Tanah/Bangunan : Hak Milik Sendiri
 Luas Tanah : 10.010 m.
 Alamat : Jl. Argopuro Dusun Krajan Kidul
 Desa : Rambigundam
 Kecamatan : Rambipuji
 Kabupaten : Jember
 Provinsi : Jawa Timur
 Kode Pos : 68152
 Telp : 081259673046
 No Rekening : 0032245595
 Nama Bank : Bank Jatim
 Alamat Bank : Cabang Jember

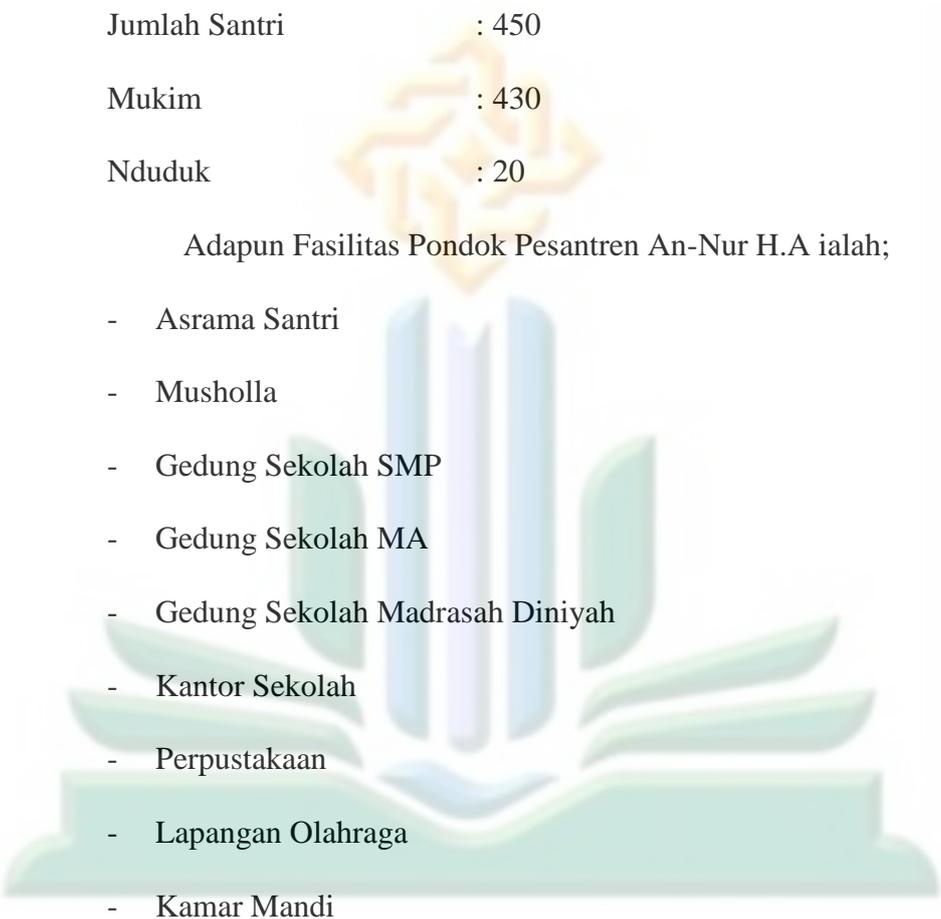
Nama Pemegang Rekening : KH. Rochmatulloh Ali

Jumlah Santri : 450

Mukim : 430

Nduduk : 20

Adapun Fasilitas Pondok Pesantren An-Nur H.A ialah;

- 
- Asrama Santri
 - Musholla
 - Gedung Sekolah SMP
 - Gedung Sekolah MA
 - Gedung Sekolah Madrasah Diniyah
 - Kantor Sekolah
 - Perpustakaan
 - Lapangan Olahraga
 - Kamar Mandi
 - Kantin
 - Lab Komputer
 - Dapur
 - Ruang Kesehatan

Adapun Struktur Kepengurusan Pondok Pesantren An-Nur H.A

1) Dewan Pelindung

- KH. Rohmatulloh Ali
- Ny. Hj. Dewi Samawiyah

2) Dewan Penasehat

- Gus Ali Zainal Abidin
- Gus Afqohul Waro La Yu'la Alaih
- Ust. Shiddiq Arrez, S. Pd.I
- Ust. Imam Gozali, S.Pd
- Ust. Asep Jamaluddin

3) Pembantu Umum

- Ust. Abdur Rohim
- Ust. Bayu Kurniawan
- Ust. Khoiruman
- Ust. Nawawi

4) Dewan Harian

- Kepala Pondok : Moch. Rohis Ruhsatolloh
- Wakil Kepala Pondok : Fatkhur Rohman
- Sekretaris : Muhammad Islah Hamdani
- Wakil Sekretaris : Athoya Zidan Huda
- Bendahara 1 : Ahmad Mahfud
- Bendahara 2 : Ahmad Sofyan

5) Dewan Pleno

- Seksi Keamanan : Abdullah Faqih
- Seksi Pendidikan : Khoiruman
- Seksi Ubudiyah : Muhaimin
- Seksi Kesehatan : Adi Purnomo
- Seksi Kebersihan : M. Ali Ridho

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJJ ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

- Seksi Media : Wahab Hisbillah
- Seksi Humas : Muhammad Ali Ridho
- Seksi Sarpras : Zam-zami
- Seksi Operator BSI : Vicky Hidayat
- Seksi PHBI : Muhammad Ardiansyah
- Seksi Konsumsi : Muhammad Ilhamullah

Adapun pembagian tugas kerja tim media Pondok Pesantren An-Nur H.A

1) Tugas Ketua Media

Adapun tugas ketua media adalah sebagai atasan yang bertanggung jawab atas semua kegiatan yang berkaitan dengan media dan publikasi pondok pesantren. Juga mengkoordinasikan terkait dan bertanggung jawab atas semua pelaksanaan terkait tugas kerja tim multimedia Pondok Pesantren An-Nur H.A dengan sebaik bainya. Tak hanya itu karena keterbatasan tim maka ketua media ini juga merangkap sebagai editor video yang lain dengan pengeditan secara grafis. Sesuai dengan wawancara yang dilakukan di pondok pesantren yakni Wahab Hisbillah selaku ketua tim media menyatakan :

“Saya selaku ketua tim media pondok pesantren An-Nur H.A memiliki tugas yang sama mungkin dengan media pondok-pondok lain yakni bertanggung jawab atas berjalannya media di pondok ini, dan sebagai pengkoordinasi dengan semua tim. Tapi tak hanya itu, karena disini memang tim masih terbatas maka saya juga merangkap

sebagai editor video yang berbeda dengan editor grafis yang ada sendiri bagiannya”²⁸

2) Tugas Editor Media

Tugas dari editor media ialah mengedit seputar konten-konten grafis yang akan di publish, seperti membuat kata-kata dakwah, menambahkan foto masyayikh yang sudah di dokumentasikan oleh kameramen, membuat caption atau keterangan-keterangan yang relevan, serta pembuatan-pembuatan konten grafis lainnya yang terkait dengan editing grafis.

“Editor media disini terbagi menjadi dua, kebetulan saya dibagian editor grafisnya, mas Wahab Hisbillah selain ketua beliau juga editor di bagian video, jadi tugas saya mengedit seputar postingan yang berbentuk grafis saja bukan video, seperti pembuatan kata-kata masyayikh, mengedit hasil dari dokumentasi foto dari kameramen, membuat caption juga kebetulan di pasrahkan kepada saya”.²⁹

3) Tugas Kameramen Media

Tugas dari kameramen media disini ialah mendokumentasikan aktifitas pondok pesantren yang bisa dijadikan konten, mendokumentasikan setiap kali terdapat acara yang berkaitan dengan pesantren. Juga menyimpan atau mengarsipkan seluruh foto atau video yang sudah diambil. Melakukan pengambilan foto atau video yang terkait dengan kegiatan atau aktifitas pondok pesantren. Sesuai dengan wawancara yang dilakukan yakni :

²⁸ Wahab Hisbillah, Ketua Media, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

²⁹ Athoya Zidan Huda, Editor Media, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

“Saya selaku kameramen mungkin ya banyak bermain dengan kamera terus yah, seperti pemotretan dan pengambilan video setiap kali ada acara ataupun terkait aktifitas pondok pesantren. Tak hanya itu, perihal pengarsipan atau menyimpan video dan foto juga tugas saya”.³⁰

Pondok Pesantren An-Nur H.A menggunakan beberapa platform media sosial untuk digunakan sarana informasi dan publikasi aktifitas – aktifitas pesantren, tentu yang paling penting yakni sebagai sarana komunikasi dakwah.

Adapun media sosial yang digunakan sangat bervariasi, yakni seperti Instagram, Facebook, dan Youtube yang tentu dalam penggunaannya masing-masing berbeda kegunaannya. Adapun media sosial yang digunakan oleh pondok pesantren An-Nur H.A ialah :³¹

B. Penyajian Data

Untuk memberikan bukti serta hasil dari suatu penelitian, maka perlu kiranya disajikan data hasil penelitian melalui interview, dan dokumentasi. Teknik-teknik tersebut sebagai media dalam mengumpulkan data-data secara maksimal mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan hal yang mendukung dalam penelitian.

Upaya yang dilakukan penulis adalah guna mengumpulkan data-data dalam penelitian secara maksimal serta sungguh-sungguh guna mendapat

³⁰ Yusuf Al-Hamdani, Kameramen Media, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

³¹ Observasi, di Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

informasi yang berkaitan dengan masalah-masalah yang diteliti. Maka peneliti harus mengupayakan secara sungguh-sungguh metode wawancara.

Agar nantinya data yang didapat berimbang, maka peneliti juga melakukan pengumpulan data dengan menggunakan metode dokumenter. Dalam penyajian dan analisis data akan dikemukakan tentang bagaimana Strategi Dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial . Agar penyajian dan analisa data terarah dan sistematis, maka penyajian data disesuaikan dengan rumusan masalah sebagaimana dalam paparan berikut :

1. Strategi komunikasi dakwah melalui media sosial

Strategi juga dapata diartikan rencana cermat dan sistematis mengenai suatu kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Tahapan lain yang harus dilakukan dalam menentukan perencanaan strategi komunikasi, maka peneliti sajikan beberapa poin yang telah dilakukan oleh Pondok Pesantren An-Nur HA.

a. Mengenal Khalayak

Dalam hal ini langkah awal yang sangat penting agar seorang penyampai pesan mengetahui siapa yang menjadi penerima pesan kita, agar tersampai dengan baik, maka peneliti telah mewawancarai narasumber dari ketua tim media pondok pesantren yakni Wahab Hisbillah, yang mengatakan :

“ya betul mengetahui khalayak yang ingin kita sampaikan memang sangat perlu, untuk menentukan hal ini kita melihat dari komentar-komentar yang berada di sosmed kita, darisana kita tau berapa usia yang sering menonton konten kami, dan ternyata setiap sosmed berbeda, apabila facebook semua

kalangan ada, dari yang remaja sampai yang tua, apabila di akun instagram hanya remaja saja.³²

Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan kerangka referensi khalayak secara tepat dan seksama seperti kondisi khalayak mengenai pokok persoalan atau kemampuan khalayak menerima pesan, Wahab Hisbillah juga turut menambahkan bahwa:

“follower kita selama ini kan rata-rata alumni dan masyarakat pedesaan awam yah, jadi materi yang disampaikan kita tidak terlalu berat dan bagaimana kita atur caranya bahwa mereka tidak ada ketersinggungan melihat materi yang kita sebar, entah itu melalui pamflet ataupun video, dan kami sangat menghindari materi persoalan yang sangat krusial yang bisa menyakiti pihak tertentu.”³³

Pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma kelompok dan masyarakat yang ada dan situasi dimana khalayak itu berada juga mempengaruhi atas kelancaran penerimaan pesan dakwah. Dalam perencanaannya sebuah konten Wildanul

Hakim turut menambahkan bahwa :

“Masyarakat kita dan followers kita hampir kebanyakan adalah warga NU (Nahdlatul Ulama) jadi kita tidak terlalu bingung terkait materi yang disampaikan karena yang kita sampaikan hampir semua referensi dari kitab kuning yang sudah tidak asing oleh warga nahdliyin.”³⁴

³² Wahab Hisbillah, Ketua Media, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

³³ Wahab Hisbillah, Ketua Media, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

³⁴ Wahab Hisbillah, Ketua Media, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

b. Menyusun Pesan

Langkah ini berkaitan dengan penentuan tema dan materi. Tujuan utama dari tahapan ini adalah mampu membangkitkan perhatian. Dalam hal ini ketua tim media menyebutnya sebagai perencanaan, Wahab Hisbillah juga menuturkan :

“Terkait sebuah perencanaan yang ada di biasanya kita ngobrol ngobrol santai bersama tim, yang dilakukannya itu tidak secara resmi kadang juga tidak resmi. Kadang juga kita ngobrol ngobrol santai setiap harinya ketika ada kesempatan santai bersama, hal demikian dilakukan agar kualitas konten yang akan diproduksi bisa maksimal.”³⁵

Jika menyangkut hal-hal yang tidak terlalu bersifat penting, dalam merencanakan sebuah konten bisa dilakukan secara pertemuan yang tidak resmi, karena ketika sesaat itu kita ada konten maka langsung disampaikan ketika bertemu. Berbeda ketika sifatnya sangat penting maka dilakukan secara pertemuan resmi. Athoya Zidan Huda juga turut menambahkan bahwa:

“iya kita koordinasi perencanaannya kadang dilakukan di luar agenda rapat, kadang saya punya ide akhirnya ketika bertemu dengan sesama tim media langsung saya sampaikan pada saat itu pula, ya misal ketika ketemu di kantor atau bertemu di depan asrama.”³⁶

Meski perencanaan dilakukan secara tiba-tiba akan tetapi tidak mengurangi keseriusan dalam merencanakannya, malah dengan hal tersebut bisa meminimalisir waktu, dan memberikan koordinasi yang lebih cepat dan tepat tentang perencanaan dalam pengelolaan konten.

³⁵ Wahab Hisbillah, Ketua Media, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

³⁶ Athoya Zidan Huda, Editor Media, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

Dalam perencanaannya sebuah konten Yusuf Al-Hamdani turut menambahkan bahwa :

“Dalam merencanakan sebuah konten kami biasanya dapat ide dengan melihat konten-konten yang sudah tersedia di instagram dan media sosial lainnya, kemudian dengan melihat konten tersebut muncul sebuah ide dengan mengembangkan konten yang kita lihat dan yang kita anggap dapat memperoleh respon baik atau jumlah viewer yang banyak.”³⁷

Sebuah ide memang sangat dibutuhkan dalam merencanakan sebuah konten. Pengelola media sosial dilakukan dengan cara trik ATM yaitu Amati, Tiru, dan Modifikasi. Dengan mengamati konten-konten yang sudah tersedia di sejumlah platform media sosial yang dianggap dapat menghasilkan jumlah viewer yang banyak lalu kemudian meniru konten tersebut, tetapi tidak sepenuhnya meniru, dimodifikasi agar tidak dianggap menjiplak dan mungkin dapat mengembangkan konten tersebut menjadi lebih baik.

c. Menetapkan Metode

Berkaitan dengan metode bagaimana pesan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan agar selaras dan diterima secara efektif. Dalam hal ini dapat dilihat dari dua aspek yaitu menurut cara pelaksanaannya. Wahab Hisbillah selaku ketua tim dalam hal ini mengungkapkan kepada peneliti bahwasannya adalah:

“dalam pelaksanaannya kita memang atur seperti jadwal kajian live streaming kita mulai jam 6 pagi, kita tau jam sekian masih santai nya orang yah, dan masih belum berangkat bekerja, jadi

³⁷ Yusuf Al-Hamdani, Kameramen Media, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

sangat tepat sekali seperti itu kita sajikan dengan melihat kondisi masyarakatnya.”³⁸

Selain cara pelaksanaannya tim media ini juga mengatur sedemikian rupa dari bentuk isi kontennya, bagaimana bisa menarik dan gampang diterima oleh masyarakat

“Dalam memberikan edukasi kepada masyarakat tentu dibungkusnya dengan hal yang menarik, baik dari tulisan atau secara estetika desainnya, jadi dibuat oleh tim sebegus mungkin dan kontennya pun terbagi menjadi beberapa bagian agar orang tidak bosan melihatnya.”³⁹

Media Pondok Pesantren AN-NUR H.A juga sudah memanfaatkan secara maksimal untuk memberikan edukasi terhadap masyarakat dengan melakukan penayangan diberbagai konten misalnya konten informasi pesantren, tulisan dan video tentang pemahaman agama, Konten Streaming Live Mengaji, dan konten inspiratif agar konten-kontennya lebih luas dan tidak membosankan.

1) Konten Informasi Pesantren

Konten informasi ini yakni konten yang dilakukan sewaktu-waktu untuk kebutuhan pesantren terkat penginformasian terhadap publik ataupun kepada walisantri. Konten ini biasanya menampilkan desain tertentu yang didalamnya terdapat informasi-informasi terkait pesantren.

³⁸ Wahab Hisbillah, Ketua Media, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

³⁹ Wahab Hisbillah, Ketua Media, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

Tim media akan mendapat tugas dari kepala pesantren jika memang ada informasi yang sifatnya perlu untuk dipublikasikan kepada masyarakat atau pihak umum.



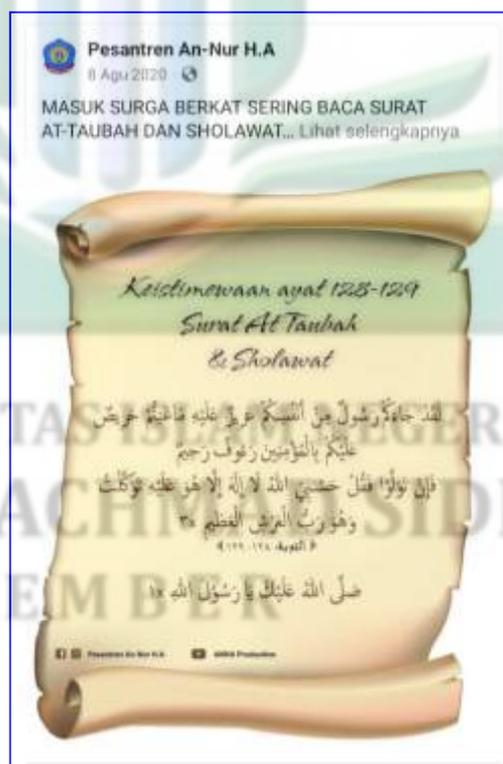
Gambar. 01 Informasi Haul dan Maulid



Gambar. 02 Informasi kembali ke Pesantren

2) Konten Tulisan dan Video Pemahaman Agama

Konten Tulisan Pemahaman Agama merupakan konten yang berisi tentang nilai-nilai agama, dalam hal ini media pondok pesantren mengumpulkan sejumlah tulisan-tulisan dari Asatidz di dalam pesantren ataupun yang berada di luar pesantren untuk dimintai tulisan-tulisan yang menjadi pelajaran ataupun yang menjadi prolem di tengah masyarakat, maka dari itu konten tulisan ini banyak ditampilkan di platform media Facebook, Instagram, dan berada di media Youtube.



Gambar 03. Tulisan di Media Sosial Facebook



Gambar. 04 Tulisan di Media Sosial Instagram



Gambar. 05 Video Dakwah di Media Youtube

3) Konten Streaming Live Mengaji

Pada dasarnya, mengaji lebih baik dan utama dilakukan dengan cara bertemu dan bertatap muka dengan guru atau pengajar secara langsung. Selain dapat dipahami dan diserap lebih

maksimal ilmu sang guru, pengajian di dunia nyata menghasilkan keutamaan berkumpul dengan guru dan hadir di majelis ilmu.

Berbeda dengan zaman sekarang banyak aktivitas yang sedianya dilakukan dengan bertemu langsung di dunia nyata, digantikan dengan cara daring atau online. Diantaranya ialah pengajian secara online atau via streaming di berbagai platform media sosial.

Adapun media sosial yang digunakan oleh pesantren ini ialah memakai media sosial facebook, dikarenakan menurutnya lebih banyak penonton di facebook dan bisa lebih hemat pada pemakaian kuota daripada media Youtube. Streaming dilakukan setiap hari, kecuali pada hari Selasa dan Jum'at. Waktu operasionalnya pada jam 06:00 sampai jam 07:00. Dibuat pada jam demikian karena pada jam tersebut seseorang bisa santai mendengarkan sembari siap-siap berangkat bekerja. Untuk kajiannya sendiri yakni kitab Tafsir Jalalain. Ada juga program streaming 2 minggu sekali yakni pada hari Minggu mulai dari jam 09:00 sampai jam 11:00. Adapun materi yang disampaikan yakni materi kitab Adabul Islam Fi Nidzomil Usroh, kitab yang menjelaskan tentang nasihat kekeluargaan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Gambar 06. Pengajian Online Streaming

4) Konten Inspiratif

Ciri khas konten inspirasi adalah konten yang mampu memberikan efek positif kepada audiensnya. Konten inspirasi yang paling mudah dan sederhana untuk dibuat yaitu tentang biografi, mengutip kata-kata bijak atau quotes.

Konten ini sebagai pelengkap dari konten-konten sebelumnya yang sudah ada, konten ini berupa kata-kata bijak yang diambil dari media internet dan tulisan-tulisan langsung yang dicatat oleh santri ketika mengaji, kemudian editor mendesain sebegus mungkin agar lebih menarik untuk dibaca dan disebarluaskan. Tak hanya kata-kata, untuk memberi pesan inspiratif lain, tim media membuat tulisan cerita-cerita dari

beberapa ulama' atau tokoh serta memberikan keterangan foto. Tak hanya di sebarluaskan melalui media sosial, quotes dan kata kata bijak juga di sebarluaskan pada grup-grup Whatsapp tim media dan juga oleh para alumni.



Gambar 07. Konten Inspiratif Quotes



Gambar 08. Konten Tulisan Cerita Inspiraif



Gambar 09. Konten Inspiratif Quotes.

d. Seleksi dan Penggunaan Media

Penggunaan media disini sebagai alat penyalur ide, dalam rangka memberi pengaruh kepada target yang menjadi sasaran suatu pesan. Pemilihan media disini harus disesuaikan dengan pesan dan kebutuhan serta kondisi khalayak. Dalam hal ini Wahab Hisbillah menuturkan:

“pada zaman sekarang ini seseorang sudah diberbagai dunia tidak terlepas dengan yang dinamakan HP/Gadget jadi dakwah pada zaman sekarang jika memilih sosial media sebagai jalur utamanya maka sangat tepat sekali mneurut kami, maka dari itu semua kanal media sosial kita mainkan, mulai dari Facebook, instagram, hingga youtube yang menurut kami itu sangat banyak digunakan oleh masyarakat indonesia. Terbukti dari keaktifan mereka di like dan komen-komen”⁴⁰

2. Dampak Strategi Dakwah Pondok Pesantren Melalui Media Sosial

⁴⁰ Wahab Hisbillah, Ketua Media, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

Berdasarkan kerangka teoritis yang dijelaskan pada bab sebelumnya bahwa data yang disajikan untuk menjawab rumusan masalah tentang dampak strategi dakwah melalui media sosial, maka peneliti sajikan beberapa poin yang telah dilakukan oleh Pondok Pesantren An-Nur HA.

1) Dampak Positif

Dampak positif dengan strategi yang tepat juga sangat terasa oleh pondok pesantren. Banyak kalangan masyarakat yang menilai bahwa kajian di pondok pesantren ini masih sangatlah kental nilai keislaman salafnya sehingga menambah nilai positif sendiri kepada pesantren, seperti yang diungkapkan oleh ketua pondok pesantren yakni Rohis Ruhsatullah :

“banyak masyarakat kita yang menilai bahwa keislaman ajaran kita masih sangat kental sekali, itu disebabkan dengan konten yang kita sajikan selalu mengutip dari kitab-kitab kuning yang kas nilai kepesantrenannya.”⁴¹

Tak hanya itu banyak juga kalangan masyarakat mengenal pondok pesantren melalui konten-kontennya, sehingga banyak pula yang orang memondokkan anaknya karena pengaruh media sosial,

Rohis Ruhsatullah juga menambahkan :

“tak hanya respon saja, akan tetapi timbal baiknya dengan adanya konten di media sosial ini secara tidak langsung mempromosikan pondok pesantren sendiri melalui konten-konten yang dibuat, tak jarang walsantri memondokkan anaknya karena sering melihat konten-konten nya sehingga

⁴¹ Rohis Ruhsatullah, Kepala Pondok Pesantren, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

orangtua terpengaruh dan ingin memondokkan putra-putrinya.”⁴²

Dengan pemilihan strategi yang tepat juga membantu followers semakin meningkat pesat, dan juga tentu sebagai bahan pembelajaran bagi tim bahwa segala apapun harus di manajemen dengan baik dan tepat, seperti yang diungkapkan oleh Athoya Zidan Huda :

“dengan kita memilih langkah yang tepat sebagai strategi, maka semakin besar kemungkinan kita mendapatkan apa yang kita harapkan, karena hal itu terprogram dengan baik, daripada kita asal melakukan. Jadinya maklum apabila yang kita harapkan tidak sesuai. Dan juga banyak membuat pelajaran bagi kita semua terutama dari tim, bahwa hal apapun termasuk dari konten begini harus terprogram dengan baik dan perlu adanya strategi dalam melakukannya”⁴³

Semakin banyak konten islam atau konten dakwah yang benar di media sosial, maka semakin terjaga pula nilai-nilai keislaman nya. Tak hanya itu, konten dakwah pesantren juga sebagai benteng-benteng pemahaman yang benar di tengah pemahaman-pemahaman yang tentu belum kita ketahui sumber pasti rujukannya darimana. Maka dari itu Abdul Hafidz Romadhoni selaku pengguna katif media sosial, dan aktif melihat konten-konten dakwah di media sosial pesantren AN-NUR H.A mengatakan :

⁴² Rohis Ruhsatullah, Kepala Pondok Pesantren, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

⁴³ Athoya Zidan Huda, Editor Media, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

“Terbukanya semua informasi di media sosial, semakin banyak pula pemahaman-pemahaman yang masuk secara bebas, entah itu dari kalangan pesantren atau bukan. Maka dengan hadirnya pengajian live streaming dan konten-konten yang lain sangat membantu kami, bahkan memudahkan ya untuk mencari pemahaman-pemahaman yang kredibel dan yang jelas sumber rujukannya.”⁴⁴

2) Dampak Negatif

Dampak negatif selalu ada dalam hal apapun, seperti adanya kekurangan pada strategi tersebut, entah itu dari pengawasan atau yang lainnya, seperti yang diungkapkan oleh Wahab Hisbillah selaku ketua dari tim media :

“sebetulnya itu sudah komplit semua yah, tinggal pengawasannya saja yang kurang. Karena kita memang kekurangan tim untuk menjalankan. Dalam hal ini pengawasan sangatlah penting karena meminimalisir adanya kesalahan dalam pembuatan konten, sehingga kalau adanya pengawasan, kita bisa tau kesalahan atau kekeliruan apa pada konten tersebut”⁴⁵

C. Pembahasan Temuan

Melalui proses analisis data yang dilakukan oleh peneliti melalui dengan teknik observasi, dan wawancara lapangan dengan sebuah judul Strategi Dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial. Pertut kiranya diadakan pembahasan temuan yang mana dari analisis data yang diperoleh akan dikaji dengan teori yang ada untuk mendapatkan keterkaitan keduanya serta dapat menjawab rumusan masalah yang ada pada penelitian ini.

⁴⁴ Abdul Hafidz Romadhoni, Pengguna Aktif Media Sosial, diwawancarai peneliti, Rambigundam Rambipuji Jember, 8 Juni 2023.

⁴⁵ Athoya Zidan Huda, Editor Media, diwawancarai peneliti, Pondok Pesantren An-Nur H.A, 29 Juni 2024.

1. Strategi Dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial

Sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam kajian teori dan penyajian data ada banyak upaya tim media Pondok Pesantren AN-NUR H.A dalam mengelola konten agar proses pengisian konten dakwah lancar dan terstruktur, sehingga tetap dapat dinikmati oleh publik. Penulis menemukan bahwa upaya yang dilakukan Pondok Pesantren AN-NUR H.A dalam mengelola konten dakwah adalah sebagai berikut:

Pondok Pesantren AN-NUR H.A dalam mengelola konten ada strategi tersendiri yakni : sebelum kita melakukan penyampaian pesan dakwahnya kita harus tau khalayak kita seperti apa, semakin kita paham dengan khalayak kita, maka semakin mudah pula kita membungkus pesan itu sehingga bisa tepat sasaran entah kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak, pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan, kemampuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang digunakan, sehingga tim dari media tersebut melihat dulu dari beberapa follower dan komentar seperti apa gambaran khalayak kita, kemudian yang kedua ialah menyusun pesan, penyusunan ini yakni dengan diadakannya rapat untuk menentukan konten atau pesan apa yang ingin kita sampaikan, agar hal tersebut bisa termanajemen dengan bagus. Seperti yang dilakukan oleh tim media pondok pesantren yakni dengan mengagendakan rapat mingguan untuk menentukan konten apa yang ingin kita pilih, dengan menggunakan prinsip ATM yakni amati, tiru, dan modifikasi dai konten konten yang ada atau sedang viral.

Ketiga yakni menetapkan metode yang ingin disampaikan agar pesan yang disampaikan diterima dengan efektif, dalam hal ini terdapat 2 poin, yakni dengan cara pelaksanaannya dan bentuk isinya, dalam hal ini tim pondok pesantren melakukan live streaming mengaji pada jam ternetu, yang menyesuaikan pada kelonggaran jam diumumnya di masyarakat, sehingga khalayak bisa melihat dengan tanpa mengganggu aktifitas lainnya, dan bentuk isinya yakni dibungkus dengan konten-konten kreatif seperti tulisan desain dll yang bisa menarik pada khalayak.

Yang keempat yakni seleksi dan penggunaan medianya, pada taha ini media pondok pesantren An-Nur H.A meilih beberapa media sosial yang memang pas untuk kebanyakan masyarakat Indonesia, yakni penggunaan pada media sosial Facebook, Instagram, dan Youtube. Yang dari tiga tiganya itu sangata digemari oleh banyak kalangan, baik itu yang muda ataupun yang tua.

2. Dampak Strategi Dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial

Hasil temuan selanjutnya yakni dampak yang dirasakan dalam penggunaan strategi dakwah semacam ini ialah terdpat 2 dampak, yakni dampak positif dan dampak yang negatif, dampak positif yang dirasakan ialah dengan startegi yang tepat semakin tepat pula tersampainnya kepada masyarakat, sehinga membuahkan respon positif terdapat masyarakat yang awal semualnya tidak tau tentang pondok pesantren ini semkin paham, dan sangat terasa nilai keislamaannya karena karena pemilhan materi pesan

yang tepat pula dengan kondisi masyarakatnya. Dan selain itu bagi media sendiri dengan menggunakan strategi semacam itu keuntungannya sangat banyak, diantaranya ialah termanajemen dengan baik dan teratur sehingga memudahkan dalam menjalankannya. Dampak negatifnya ialah kurangnya strategi pada pengawasan yang mengakibatkan tidak ternapatunnya ketika ada kesalahan atau kekeliruan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas . Maka dalam hal ini peneliti dapat mengambil sebuah kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial

Pondok Pesantren AN-NUR H.A dalam mengelola konten dengan menggunakan berbagai strategi yakni dengan mengenal khalayak terlebih dahulu agar memudahkan menyampaikan isi pesan, kemudian menyusun pesan yang dilakukan dengan cara rapat bersama agar mendapatkan ide bersama dalam pembuatan konten, kemudian menetapkan metode, dalam hal ini terdapat dua metode yakni cara pelaksanaannya yang menyesuaikan dengan khalayak dan dari bentuk isinya yang kreatif. Kemudian seleksi dan penggunaan media dalam hal ini menyesuaikan dengan kebutuhan khalayak yang mendapat kesimpulan pondok pesantren memilih tiga media sebagai penggunaannya, yakni, facebook, instagram dan youtube.

2. Dampak Strategi Dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial

Dampak Positif yang dirasakan oleh pondok pesantren dengan penggunaan strategi yang tepat ialah memberikan nilai tambahan dan positif dari masyarakat terhadap pondok pesantren, sedangkan dampak terhadap media yakni memberikan pembelajaran dan kemudahan dengan menggunakan strategi semacam ini dapat memudahkan bagi pengelola dan termanajemen dengan baik. Sedangkan dampak negatifnya ialah tidak

adanya pengawasan dalam strategi ini, sehingga tidak bisa meminimalisir kesalahan yang ada.

B. Saran

Berdasarkan data yang telah disajikan, maka selanjutnya penulis memberikan saran-saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang berkaitan atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang disampaikan peneliti :

1. Bagi UIN KHAS Jember khususnya Fakultas Dakwah saran saya sesuai dengan hasil penelitian saya mungkin bisa diterapkan di Fakultas Dakwah dengan menerapkan konten-konten dakwah di media sosial fakultas dakwah, dan juga sebagai bahan promosi fakultas dakwah pada masyarakat umum.
2. Bagi masyarakat lebih khususnya untuk pengguna aktif media sosial, sebisa mungkin lebih aplikatif memilih konten di media sosial, terutama tentang pemahaman agama, agar bisa memilih yang pemahamannya yang kredibel dan jelas sumber rujukannya.
3. Bagi Pondok Pesantren AN-NUR H.A agar terus mengupgrade skill perihal pengontenan di media sosial, dan juga lebih banyak pengkaderan pada tim media agar bisa media sosial pondok pesantren AN-NUR H.A terus aktif memberikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat.
4. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih mendetail lagi terkait Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Strategi Dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: J-ART, 2004

Hadi, Sofyan, *Ilmu Dakwah Dari Konsep, Paradigma, Hingga Metodologi*. Jember: CSS Centre for Society Studies, 2012

Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press, 2017

Mulawarman, Aldila Dyas, *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*". *Buletin Psikologi*, Vol. 25, No. 1 (Agustus 2017): 37.

Cangara, Hafied, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo, 2013

Effendy, Uchajana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Rosda Karya, 1984

Irwansyah, Barthelemy Ferdiza, *Strategi Komunikasi Crowdfunding Melalui Media Sosial.*" *IPTEK-KOM*, Vol. 21 No. 2, (Desember 2019): 155-168

Ani Mulyati, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementrian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI, 2014

J. Waani, Fonny, *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga*", *Jurnal Ilmiah Society*, Vol 2. No 1, (2020), 2.

Ilham, Prisgunanto, *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: Prsnani Cendikia, 2014

Putri, Pitasari, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementrian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat, 2014

Zarella , Dan, *The Social Media Marketing Bank*. Jakarta: PT. Serambi, 2010

Danis, Puntoadi, *Meningkatkan penjualan melalui media sosial*. Jakarta: PT. GramediaPustaka Utama, 2011

Andy Shera, *Step by step Internet Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010

Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram", *Jurnal Komunikasi KAREBA*, vol. 5, No. 2 (2016), 45.

Machyudi Agung Harahap, Susri Adeni, "Tren Pengguna Media Selama Pandemi Di Indonesia" *Jurnal Profesional FIS UNIVED*, Vol. 7, No. 2 (2020), 21
Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Makasar 2016), 16.

Marhaeni, Fajar, *Ilmu Komunikasi : Teori & Praktek*. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2009

Salim, Peter dan Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press, 1991

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2010

Mulyadi, Mohammad, *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pratik Kombinasinya Dalam Penelitian Sosial*. Jakarta: Publica Institute, 2012

Satori, Djam'a, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2009



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Vicky Hidayat

Nim : D20171084

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah

Instansi : Universitas Negeri KH Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan isi skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah Pondok Pesantren AN-NUR H.A di Media Sosial” ini adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk dari sumbernya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 1 Juli 2024



Vicky Hidayat
NIM. D20171084

MATRIX PENELITIAN

Masalah Penelitian	Pertanyaan Penelitian	Variabel	Indikator
<p>Di masa sekarang sudah banyak sekali bertebaran konten-konten di media sosial, diantaranya ialah konten tentang kajian keislaman, salah satunya ialah Pondok Pesantren AN-NUR H.A yang eksis dalam mengembangkan konten dakwah sebagai isisnya.</p> <p>Mengacu pada deskripsi diatas bagaimana pondok pesantren AN-NUR H.A melakukan strategi dakwah di media sosial beserta dampaknya?</p>	<p>1. Apa bentuk strategi dakwah pondok pesantren di media sosial?</p>	<p>Strategi Komunikasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mengetahui Khalayak - Menyusun Pesan - Menetapkan metode - Seleksi dan Penggunaan Media
	<p>Apa dampak strategi dakwah pondok pesantren di media sosial?</p>	<p>Dampak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dampak Positif - Dampak Negatif

DOKUMENTASI

No	Nama Lokasi dan Kegiatan	Gambar
1	Tempat Editing	
		
2	Wawancara dengan ketua tim media dan editor	



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER



Jl. Mataram No. 1 Mangli Kaliwates Jember, Kode Pos 68136
email : fakultasdakwah@uinkhas.ac.id website: <http://fdakwah.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B. /Un.22/6.a/PP.00.9/ /2024 3 Maret 2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth.
Pondok Pesantren An-Nur H.A

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Vicky Hidayat
NIM : D20171084
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Semester : XII (dua belas)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama \pm 30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Strategi Dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Muhibbin



YAYASAN AN-NUR HAJI ALWI
PONDOK PESANTREN AN-NUR H.A
JL. ARGOPURO NO. 47 RAMBIGUNDAM RAMBIPUJI JEMBER
E-mail : pesantrenannurha@gmail.com

No : 241/ANNURHA/32/VII/2024

Jember, 19 Juni 2024

Perihal : Surat Jawaban Penelitian

Kepada Yth :
UIN KHAS JEMBER
Di Tempat

Yang bertanda tangan dibawah ini, Kepala Pondok Pesantren An-Nur H.A menerangkan bahwa :

Nama : Vicky Hidayat
Nim : D20171084
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Instansi : Universitas Negeri KH Achmad Siddiq Jember

Menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah menyelesaikan penelitian yang berjudul "Strategi Dakwah Pondok Pesantren An-Nur H.A di Media Sosial", yang dilakukan di Pondok Pesantren An-Nur H.A Jl. Argopuro No. 47 Rambigundam Rambipuji Jember terakhir pada tanggal 19 Juni 2024.

Demikian surat keterangan ini agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Hormat saya,



Ruhsatullah
Kepala Pondok

BIODATA PENULIS



A. Biodata Pribadi

Nama : Vicky Hidayat
NIM : D20171084
Fakultas/Prodi : Dakwah/Komunikasi dan Penyairan Islam
Alamat : Jl. Argopuro Dusun Satrean Rambigundam Rambipuji Jember

B. Riwayat Pendidikan

1. SDN Rambigundam 01 (2006-2011)
2. SMP Islam An Nur Rambipuji (2011-2014)
3. Madrasah Aliyah An Nur Rambipuji (2014-2017)
4. UIN Khas Jember (2017-2024)

C. Pengalaman Organisasi

Komunitas Jurnalistik Auvi (Auvi Journalism)