

**STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL PAC IPNU IPPNU
KECAMATAN LEKOK KABUPATEN PASURUAN DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN BERORGANISASI ANGGOTA**

SKRIPSI



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

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
2025**

**STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL PAC IPNU IPPNU
KECAMATAN LEKOK KABUPATEN PASURUAN DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN BERORGANISASI ANGGOTA**

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 Penyiaran Islam



Oleh:

M. NASIHIN

NIM: 211103010043

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

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

2025


**STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL PAC IPNU IPPNU
KECAMATAN LEKOK KABUPATEN PASURUAN DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN BERORGANISASI ANGGOTA**

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 Penyiaran Islam

Oleh:

**M.NASIHIN
NIM: 211103010043**

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

Dr. Siti Raudhatul Jannah, S.Ag., M.Med.Kom.
NIP. 197207152006042001

**STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL PAC IPNU IPPNU
KECAMATAN LEKOK KABUPATEN PASURUAN DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN BERORGANISASI ANGGOTA**

SKRIPSI

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

Hari: Jumat

Tanggal: 19 Desember 2025

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

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

Ihyak Mustofa, M.Li
NIP. 199403032022031004

Anggota

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

2. Dr. Siti Raudhatul Jannah, S.Ag., M.Med.Kom

Menyetujui
Dekan Fakultas Dakwah



Prof. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag.
NIP. 197302272000031001

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ
وَإِذَا قِيلَ أَنْشُرُوا فَأَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ۝

Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan (Al-Mujadalah:11).*



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

* Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, 793. Qs.Al-Mujadalah:11

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, sholawat serta salam saya ucapkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, karya tulis ini saya persembahkan kepada:

1. Karya ini penulis persembahkan dengan penuh cinta dan rasa hormat kepada kedua orang tua tercinta Syaifullah dan Mahsunah. Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, kesabaran, serta pengorbanan yang tak terhingga dalam setiap langkah kehidupan penulis. Tanpa dukungan dan restu mereka, penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Semoga karya sederhana ini menjadi ungkapan rasa terima kasih yang tulus dan menjadi persembahan kecil atas segala perjuangan, cinta, dan doa yang tiada henti mengiringi perjalanan penulis hingga mencapai titik ini.
2. Untuk kakak tercinta (Siti Shofiyah dan Ikrimatul Izzah) yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan motivasi di setiap langkah perjuangan penulis. Terima kasih atas perhatian, nasihat, serta kasih sayang yang tulus yang menjadi sumber kekuatan dan inspirasi selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh guru yang telah mendidik saya, mulai dari guru ngaji, guru di SD, MTs, MA, hingga seluruh dosen di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan.
4. Untuk teman-teman seperjuangan dari KPI 1, dan Muhibbul Musthofa yang telah kebersamaan dalam menimba ilmu. Terima kasih atas kebersamaan,

waktu, serta pengalaman berharga yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

5. Untuk almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan saya kesempatan berharga dalam menuntut ilmu selama ini.



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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, penulis senantiasa mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan pelaksanaan, perencanaan, dan penulisan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1).

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah menyediakan fasilitas untuk proses pembelajaran di kampus ini.
2. Prof Dr. Fawaizul Umam, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. Ahmad Hayyan Najikh, M.Kom.I., Selaku Koordinator Program Studi Psikologi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Dr. Siti Raudhatul Jannah, S.Ag, M. Med.Kom., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini. Terimakasih atas ilmu dan hikmah yang diberikan.
5. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama

perkuliahan serta seluruh staf yang selalu sabar dalam melayani seluruh administrasi selama penelitian.

6. PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok, kabupaten pasuruan yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian serta ketua maupun pengurus yang telah meluangkan waktunya untuk wawancara saat penelitian.
7. Semua pihak yang bersangkutan secara langsung atau tidak langsung yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak. Penulis dengan senang hati menerima segala saran dan kritik yang bersifat membangun terkait penulisan ini. Akhirnya, dengan harapan agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis.

Jember, 26 November 2025

Penulis,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R
M.NASIHIN
Nim. 211103010043

ABSTRAK

Kata kunci: Strategi Komunikasi Digital, IPNU IPPNU, Kesadaran Berorganisasi, Media Digital.

Peran organisasi kepemudaan, seperti Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama (IPNU) dan Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU), dalam menanamkan kesadaran berorganisasi di tengah tantangan perubahan era digital. Transisi komunikasi dari konvensional ke digital menuntut PAC IPNU-IPPNU untuk merumuskan strategi komunikasi yang efektif menjangkau anggota.

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi anggota ? dan 2) Bagaimana faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi anggota ?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mendeskripsikan strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi anggota. 2) Untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi anggota.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, jenis dekriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data penelitian ini melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Untuk menguji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah: 1) Strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi anggota meliputi tiga tahapan utama: Perencanaan Strategi (penentuan tujuan yang jelas), Pemilihan media digital (berfokus pada platform yang populer di kalangan anggota muda seperti Instagram, Facebook, dan *WhatsApp Group*), serta Pengembangan konten dan pesan yang bersifat informatif, persuasif, dan edukatif terkait nilai-nilai serta kegiatan organisasi. Strategi ini dirancang untuk memastikan pesan organisasi tersampaikan secara cepat dan interaktif kepada anggota di ruang digital. 2) Faktor-faktor yang menjadi pendukung strategi komunikasi digital adalah kapasitas sumber daya manusia yang memadai, dengan anggota yang memiliki kompetensi di bidang desain grafis dan manajemen media. Antusiasme kader yang tinggi dalam mendistribusikan konten (melakukan *re-share*) dan dukungan struktural pengurus juga menjadi faktor pendukung signifikan. Sedangkan faktor penghambat utamanya adalah kurangnya kepekaan dalam manajemen waktu yang berakibat pada keterlambatan publikasi, serta rendahnya partisipasi sebagian anggota yang memerlukan penguatan literasi digital. Hambatan ini diatasi melalui pelatihan desain grafis, manajemen media, dan penguatan literasi digital berbasis etika dan nilai.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Definisi Istilah	7
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Kajian Teori	19
1. Pengertian strategi komunikasi digital	19

2. Elemen-elemen dalam strategi komunikasi digital	20
3. Kesadaran berorganisasi.....	22
4. Komunikasi organisasi	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian.....	41
C. Subyek Penelitian.....	42
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Analisis Data	44
F. Keabsahan Data.....	46
G. Tahap-Tahap Penelitian	47
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	49
A. Gambaran Obyek Penelitian	49
B. Penyajian Data dan Analisis.....	52
C. Pembahasan Temuan.....	64
BAB V PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	22
-------------------------------------------------------------	----



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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era modern telah mengubah secara signifikan cara manusia berinteraksi dan berorganisasi. Fenomena ini tampak nyata dalam transformasi aktivitas organisasi kepemudaan seperti pimpinan anak cabang (PAC) IPNU–IPPNU. sebagai organisasi yang mewadahi generasi kelompok demografis yang dikenal sebagai *digital natives*.

Pergeseran ini terlihat dari data aktivitas digital organisasi yang cukup dinamis. Berdasarkan obeservasi, PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok, Kabupaten Pasuruan telah mengelola ekosistem digital yang terintegrasi, meliputi *WhatsApp Grup* sebagai ruang koordinasi internal, Halaman Facebook dengan 280 pengikut sebagai arsip dokumentasi, serta akun Instagram yang memiliki 628 *pengikut* pada fitur Saluran (*Channel*). Fakta empiris di lapangan menunjukkan bahwa *WhatsApp Grup* mampu menciptakan partisipasi aktif hingga 70% dari 45 kader inti dalam merespons instruksi organisasi. Namun, angka-angka statistik ini tidak berdiri sendiri, melainkan bekerja dalam sebuah sistem algoritma media sosial yang kompleks yang menentukan seberapa efektif pesan organisasi sampai kepada anggota.

Fenomena ini juga berpengaruh terhadap dinamika organisasi pemuda dan keagamaan. Organisasi yang dulunya mengandalkan komunikasi

konvensional, seperti pertemuan tatap muka dan surat-menyurat, kini semakin beralih memanfaatkan media sosial *seperti tiktok, whatsapp dan instagram* sebagai ruang komunikasi organisasi. Pergeseran ini membawa dampak pada pola partisipasi, kesadaran berorganisasi, serta pola kaderisasi generasi muda. Penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi berperan penting dalam menanamkan kesadaran beragama pada remaja generasi Z, tetapi belum banyak disentuh pada aspek kesadaran berorganisasi. Hal ini menunjukkan adanya peluang untuk mengkaji lebih jauh bagaimana komunikasi digital dapat mendukung partisipasi dalam organisasi pelajar keagamaan.¹

IPNU-IPPNU sebagai organisasi pelajar Nahdlatul Ulama memiliki peran strategis dalam membentuk kader yang berintegritas, berilmu, dan memiliki kesadaran kolektif terhadap nilai-nilai organisasi. Di tingkat kecamatan, khususnya Pimpinan Anak Cabang(PAC), organisasi ini tidak hanya berfungsi sebagai wadah kegiatan, tetapi juga sebagai ruang kaderisasi yang membekali generasi muda dengan pengalaman kepemimpinan, kemampuan berkomunikasi. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa kesadaran berorganisasi di kalangan pelajar cenderung menurun. Banyak anggota lebih memilih menghabiskan waktu di media sosial untuk hiburan dibandingkan aktif dalam kegiatan organisasi. Fenomena rendahnya kesadaran berorganisasi ini menjadi tantangan serius. Akses digital yang terbuka lebar tidak selalu berbanding lurus dengan partisipasi organisasi. Justru, sebagian

¹ María Isabel Astaburuaga H., dkk., *Peran Dakwah Digital dalam Menanamkan Kesadaran Beragama bagi Remaja Generasi Z*, Miftahul Ilmi, 2025.

pelajar lebih sibuk dengan aktivitas online pribadi sehingga kurang peduli terhadap dinamika organisasinya. Di sisi lain, organisasi menghadapi tantangan dalam merumuskan strategi komunikasi yang sesuai dengan gaya komunikasi generasi digital. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa transformasi komunikasi dakwah di era digital membutuhkan pendekatan berbasis nilai agar tidak kehilangan arah dan tetap relevan dalam pendidikan Islam kontemporer.²

Lebih jauh lagi, strategi konten menjadi medan pertempuran utama dalam menaklukkan algoritma. PAC IPNU-IPPNU Lekok menyadari bahwa konten instruksional yang kaku seringkali diabaikan oleh anggota yang terbiasa dengan konten hiburan cepat. Oleh karena itu, strategi *soft-approach* diterapkan dengan memproduksi konten variatif, mulai dari dokumentasi formal hingga konten meme religius dan video pendek yang relevan dengan selera humor pelajar. Strategi ini bertujuan untuk memanipulasi algoritma agar tetap mendistribusikan konten organisasi ke beranda anggota melalui jalur hiburan. Namun, strategi ini seringkali terbentur oleh kendala manajerial, yakni manajemen waktu dan momentum. Temuan di lapangan mengungkap adanya hambatan berupa kurangnya kepekaan tim media yang berujung pada keterlambatan publikasi (*delay publishing*). Dalam ekosistem digital yang bergerak secara *real-time*, sebuah konten kegiatan yang terlambat diunggah beberapa jam saja dapat kehilangan momentumnya, dianggap basi oleh

² Samsul Rani, *Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer*, Al-Mikraj, 2023.

audiens, dan pada akhirnya dihukum oleh algoritma dengan penurunan visibilitas drastis.

Berdasarkan kompleksitas fenomena di atas, terlihat jelas adanya kesenjangan antara potensi digital (jumlah pengikut dan ketersediaan platform) dengan realitas partisipasi anggota yang terdistraksi oleh algoritma hiburan. Masalah ini bukan sekadar masalah teknis pengelolaan akun, melainkan masalah strategis tentang bagaimana membangun kesadaran ideologis di tengah gempuran budaya digital. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat urgen untuk dilakukan guna membedah secara mendalam formulasi strategi komunikasi yang mampu mengubah interaksi maya yang semu menjadi kesadaran berorganisasi yang nyata. Berpijak pada latar belakang tersebut, peneliti mengangkat judul “Strategi Komunikasi Digital PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok, Kabupaten Pasuruan Dalam Meningkatkan Kesadaran Berorganisasi Anggota”.

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

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok, kabupaten pasuruan dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi anggota ?
2. Apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat implementasi strategi komunikasi digital PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok, kabupaten pasuruan dalam membangun kesadaran berorganisasi anggota?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan strategi komunikasi digital yang dirancang dan dijalankan oleh PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok, kabupaten pasuruan dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi anggota di era digital.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat implementasi strategi komunikasi digital PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok, kabupaten pasuruan dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi anggota.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik dalam pengembangan pendidikan baik teori maupun praktik. Beberapa manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang kajian komunikasi organisasi dan komunikasi digital pada konteks keagamaan dan kepemudaan, serta penelitian ini ikut serta berkontribusi dalam pengembangan program studi komunikasi penyiaran islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperoleh pengetahuan, wawasan, dan pengalaman yang lebih mendalam mengenai topik yang diteliti, serta menjadi wadah untuk pengembangan diri sekaligus sarana untuk menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama kuliah secara praktis..

b. Bagi Instansi

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi Kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember serta mahasiswa dalam memperluas wawasan terkait strategi komunikasi digital dalam meningkatkan kesadaran komunikasi beranggota.

- 2) Diharapkan dapat berfungsi sebagai salah satu sumber dukungan dan referensi dalam proses pembelajaran di Kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

c. Bagi Masyarakat

- 1) Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat langsung bagi masyarakat, khususnya lingkungan sosial di sekitar PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok, kabupaten pasuruan. Dengan meningkatnya kesadaran berorganisasi di kalangan pelajar, masyarakat akan memperoleh generasi muda yang lebih terarah, berkarakter, serta memiliki kemampuan berkolaborasi dalam menghadapi tantangan sosial, budaya, dan keagamaan..
- 2) Diharapkan dapat menjadi referensi bagi masyarakat yang tertarik mendalami topik serupa mengenai strategi komunikasi digital.

d. Bagi PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok, kabupaten pasuruan

- 1) Diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi dan refleksi atas strategi yang selama ini dijalankan, sekaligus menawarkan model komunikasi digital yang lebih adaptif terhadap dinamika generasi muda yang aktif dengan media sosial.

E. Definisi Istilah

1. Strategi komunikasi digital

Strategi komunikasi digital adalah serangkaian perencanaan dan tindakan komunikasi yang memanfaatkan media berbasis teknologi digital untuk mencapai tujuan tertentu, baik dalam penyampaian pesan,

pengelolaan audiens, maupun pembentukan kesadaran kolektif. Dalam konteks organisasi keagamaan, strategi ini tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun identitas organisasi serta meningkatkan partisipasi anggotanya.

2. PAC IPNU-IPPNU

Pimpinan Anak Cabang (PAC) Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama (IPNU) dan Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU) adalah struktur kepemimpinan organisasi pelajar NU di tingkat kecamatan. Organisasi ini berperan sebagai wadah kaderisasi, pendidikan, dan pengembangan potensi pelajar NU, dengan tujuan membentuk generasi muda yang religius, berdaya saing, serta memiliki kesadaran berorganisasi.

3. Kesadaran berorganisasi

Kesadaran berorganisasi merujuk pada pemahaman, sikap, dan partisipasi aktif individu dalam suatu organisasi, yang tercermin dari kepatuhan terhadap aturan, keterlibatan dalam kegiatan, serta kesediaan berkontribusi untuk mencapai tujuan bersama. Dalam konteks organisasi pelajar NU, kesadaran berorganisasi erat kaitannya dengan upaya menanamkan nilai kebersamaan, tanggung jawab, serta loyalitas pada organisasi.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan penjelasan tentang alur pembahasan skripsi, dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Oleh karena itu, disusunlah sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yang berisi berbagai komponen dasar penelitian, yang mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Pustaka, dalam bab ini berisi pembahasan mengenai penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dan relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Selain itu, bagian ini juga memaparkan kajian teori yang mendukung penelitian.

BAB III Metode Penelitian, Bagian ini berisi metode-metode yang akan digunakan oleh penulis, mencakup pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, validitas data, dan tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan.

BAB IV Penyajian Data dan Analisis, Bagian ini berisi pemaparan data dan hasil penelitian terkait permasalahan yang telah dirumuskan, meliputi deskripsi objek penelitian, penyajian dan analisis data, serta pembahasan temuan penelitian.

BAB V Penutup, Bagian ini adalah bagian akhir yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari peneliti.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, peneliti menyajikan berbagai hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, baik yang sudah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Arfan, A. Putri Junita Sari Muhammad Rayhan dan Nur Afni Dwi Maharani pada tahun 2025 dengan judul “Analisis Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Citra Organisasi di Era Digital”.³ Penelitian ini mengkaji bagaimana strategi komunikasi digital untuk membangun citra organisasi di tengah perkembangan media sosial. Platform digital seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube dimanfaatkan sebagai saluran utama komunikasi organisasi dalam menyampaikan informasi kegiatan, membangun interaksi dengan audiens, serta membentuk representasi positif organisasi di ruang digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh DEMA IAIN Bone menitikberatkan pada pengelolaan konten yang konsisten, pemilihan platform yang sesuai dengan karakteristik mahasiswa, serta penggunaan pesan yang bersifat persuasif dan interaktif. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media

³ *Analisis Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Citra Organisasi di Era Digital*, Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, https://indojurnal.com/index.php/jisoh/article/view/672?utm_source.

publikasi kegiatan, tetapi juga sebagai sarana pembentukan identitas dan citra organisasi. Keberhasilan strategi tersebut tercermin dari meningkatnya keterlibatan audiens dan terbentuknya persepsi positif publik terhadap eksistensi organisasi mahasiswa di era digital. Penelitian ini memiliki persamaan yang cukup signifikan dengan penelitian yang dilakukan penulis, terutama dalam hal fokus kajian pada strategi komunikasi digital dan pemanfaatan media sosial sebagai instrumen komunikasi organisasi. Keduanya sama-sama menempatkan media digital sebagai ruang strategis untuk membangun relasi antara organisasi dan anggotanya, serta menekankan pentingnya perencanaan komunikasi, pengelolaan pesan, dan konsistensi konten dalam mencapai tujuan organisasi. Adapun perbedaan mendasar terletak pada objek dan variabel penelitian. Penelitian terdahulu berfokus pada organisasi mahasiswa umum (DEMA IAIN Bone) dengan tujuan utama membangun citra organisasi, yang lebih menekankan pada persepsi eksternal publik terhadap organisasi. Sementara itu, penelitian ini secara spesifik mengkaji organisasi pelajar keagamaan PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok dengan variabel hasil berupa kesadaran berorganisasi anggota, yang mencakup aspek pemahaman nilai organisasi, keterlibatan internal, dan tanggung jawab keanggotaan. Dengan demikian, penelitian ini memperluas kajian strategi komunikasi digital tidak hanya pada ranah pembentukan citra, tetapi juga pada dimensi internalisasi nilai dan kesadaran berorganisasi anggota.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Rachilia Ramadhini Irmansyah, Anindita Lintangdesi Afriani pada tahun 2024 dengan judul “Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Masyarakat”⁴.yang mengkaji penerapan strategi komunikasi media sosial oleh Sajiwa Foundation dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap program-program organisasi. Penelitian ini menempatkan media sosial sebagai sarana strategis dalam membangun komunikasi dua arah antara organisasi dan masyarakat, sehingga mampu meningkatkan keterlibatan publik dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan. Terdapat beberapa persamaan antara penelitian ini dengan riset yang dilakukan oleh penulis. Pertama, keduanya menyoroti aspek psikologis dalam berorganisasi, yaitu pentingnya ikatan emosional (solidaritas) dan kesadaran kolektif sebagai fondasi keberlanjutan organisasi. Kedua, penelitian mengakui bahwa komunikasi organisasi adalah instrumen vital untuk menciptakan kohesi sosial, di mana kelancaran arus informasi berbanding lurus dengan tingkat keterikatan anggota terhadap organisasinya. Meskipun demikian, terdapat perbedaan spesifik yang membedakan kedua penelitian ini. Perbedaan pertama terletak pada subjek penelitian; penelitian terdahulu membatasi lingkupnya hanya pada kalangan pengurus (elit organisasi), sedangkan penelitian penulis mencakup spektrum yang lebih luas yaitu seluruh anggota, termasuk mereka yang berada di luar struktur inti kepemimpinan.

⁴ *Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Masyarakat pada Website Sajiwa Foundation*, SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi, Vol. 2 No. 4 (2024): 282–297, diakses melalui <https://jurnal.stikesibnusina.ac.id/index.php/SABER/article/view/1770>

Perbedaan kedua berkaitan dengan medium komunikasi; penelitian pembandingan membahas pola komunikasi secara umum yang mencakup interaksi luring (tatap muka) dan daring, sementara penelitian penulis secara spesifik menyoroti strategi komunikasi digital sebagai variabel utama. Perbedaan ketiga ada pada tujuan akhir; jika penelitian terdahulu bertujuan membangun *solidaritas* (kekompakan tim), penelitian penulis bertujuan meningkatkan *kesadaran berorganisasi* (*organizational awareness*), yang mencakup pemahaman nilai, tanggung jawab, dan inisiatif partisipasi anggota.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Avriliani Sugianto, Murtiadi Murtiadi, Roynaldi Arista pada tahun 2025 dengan judul “Penggunaan Media Sosial Terhadap Loyalitas Anggota Organisasi Kepemudaan (Studi Kasus IPNU)”⁵. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang cenderung bersifat eksploratif, studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara statistik seberapa besar korelasi atau pengaruh aktivitas di media sosial terhadap tingkat loyalitas anggota. Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa intensitas interaksi di ruang digital berkontribusi signifikan terhadap pembentukan rasa memiliki dan kesetiaan kader terhadap organisasi. Temuan ini menjadi landasan teoretis yang kuat bagi penelitian penulis untuk membuktikan bahwa

⁵ *strategi Komunikasi Organisasi Ketua Karang Taruna Sub Unit 032 Kecamatan Jatiasih dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota*, Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi (SABER), diakses melalui <https://jurnal.stikes-ibnusina.ac.id/index.php/SABER/article/view/3323>

media sosial memiliki daya dampak psikologis yang nyata, bukan sekadar alat penyampai pesan.

Terdapat persamaan konseptual yang mendasar antara penelitian ini dengan riset yang dilakukan oleh penulis. Pertama, kedua penelitian berangkat dari premis yang sama bahwa media sosial memiliki dampak signifikan terhadap pembentukan sikap mental anggota. Keduanya menyepakati bahwa interaksi digital mampu mempengaruhi persepsi dan keterikatan emosional anggota terhadap institusi. Kedua, objek kajiannya masih berada dalam satu rumpun karakteristik, yaitu anggota organisasi kepemudaan Islam yang memiliki basis nilai ideologis serupa. Adapun perbedaan antara kedua penelitian ini, terutama pada aspek metodologis dan fokus variabel. Perbedaan pertama terletak pada paradigma penelitian; penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis dan mencari besaran pengaruh dalam bentuk angka (statistik), sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggali secara mendalam mengenai "bagaimana" strategi komunikasi tersebut dirancang, dijalankan, dan dievaluasi. Perbedaan kedua terletak pada variabel terikat yang diteliti; penelitian pembandingan berfokus pada loyalitas (kesetiaan dan ketahanan anggota), sedangkan penelitian penulis lebih spesifik menyoroti kesadaran berorganisasi (*organizational awareness*), yang mencakup spektrum pemahaman nilai, inisiatif, dan partisipasi aktif anggota dalam dinamika organisasi

4. Penelitian yang dilakukan oleh A. Candraningrum 2018 dengan judul “Peran Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota”.⁶ Penelitian ini membahas pemanfaatan teknologi komunikasi digital oleh organisasi sosial untuk meningkatkan kesadaran publik terhadap tujuan dan program organisasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media digital, khususnya media sosial, mampu membangun kesadaran khalayak melalui penyampaian informasi yang sistematis, berkelanjutan, dan mudah diakses. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus kajian yang sama-sama menempatkan komunikasi digital sebagai strategi utama dalam meningkatkan kesadaran, baik kesadaran publik maupun kesadaran anggota. Keduanya juga menekankan bahwa komunikasi digital bukan sekadar sarana penyebaran informasi, melainkan alat pembentukan pemahaman dan sikap. Perbedaannya, penelitian Candraningrum berfokus pada kesadaran publik secara umum dalam organisasi sosial, sedangkan penelitian penulis lebih spesifik pada kesadaran berorganisasi anggota internal, khususnya dalam konteks organisasi pelajar keagamaan IPNU–IPPNU di tingkat Pimpinan Anak Cabang (PAC).
5. Penelitian yang dilakukan oleh Dimas Septyawan, Fadia Dwi Saputra, Alif Herdiansyah pada tahun 2025 dengan judul “Strategi Komunikasi

⁶ Candraningrum, D. A. (2018). *Teknologi Komunikasi Informasi Untuk Peningkatan Kesadaran Publik Pada Organisasi Sosial*. Jurnal Komunikasi, 10(2), 177–185. <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2727>

Dakwah Digital Di Kalangan Santri”.⁷ Penelitian ini berangkat dari menganalisis komunikasi digital dalam konteks pendidikan, khususnya di lingkungan pesantren di Indonesia. mekanisme komunikasi digital yang digunakan dalam menyampaikan informasi di pesantren, termasuk pemanfaatan platform digital seperti media sosial dan aplikasi pesan instan yang meningkatkan efisiensi serta personalisasi komunikasi. Selain itu, penelitian ini akan mengidentifikasi tren yang muncul dalam komunikasi digital, seperti pergeseran ke konsumsi konten video, serta dampaknya terhadap interaksi sosial di kalangan santri, termasuk tantangan seperti keterasingan digital dan penyebaran informasi yang salah. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana platform digital mengubah paradigma komunikasi dalam organisasi pesantren, terutama terkait dengan tanggung jawab sosial dan keterlibatan dengan pemangku kepentingan.

Persamaan dari penelitian ini adalah Keduanya sama-sama menyoroti fenomena pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi strategis di lingkungan keagamaan dan kepemudaan. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini adalah kedua penelitian tersebut memiliki perbedaan yang cukup mendasar dalam hal fokus, tujuan, serta konteks sosialnya. Penelitian tentang strategi komunikasi dakwah digital di kalangan santri lebih menyoroti strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh sebuah

⁷ Dimas Septyawan, Fadia Dwi Saputra, & Alif Herdiansyah, “Strategi Komunikasi Dakwah Digital di Kalangan Santri,” *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 6, no. 7 (2025): 111–120, doi: 10.6578/triwikrama.v6i7.9756.

organisasi pelajar, yaitu PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok, dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi para anggotanya

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Ahmad Arfan, A. Putri Junita Sari, Muhammad Rayhan, Nur Afni Dwi Maharani (2025)	Analisis Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Citra Organisasi di Era Digital	Sama-sama mengkaji strategi komunikasi digital dan pemanfaatan media sosial sebagai instrumen komunikasi organisasi	Penelitian terdahulu berfokus pada citra organisasi (persepsi eksternal), sedangkan penelitian penulis menitikberatk an pada kesadaran berorganisasi anggota (dimensi internal)

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
2	Rachilia Ramadhini Irmansyah & Anindita Lintangdesi Afriani (2024)	Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Masyarakat	Sama-sama menempatkan komunikasi digital sebagai sarana membangun keterlibatan dan kesadaran kolektif	Subjek penelitian terdahulu adalah masyarakat umum, sedangkan penelitian penulis fokus pada anggota organisasi internal; tujuan akhir partisipasi masyarakat dengan kesadaran berorganisasi
3.	Avriliani Sugianto, Murtiadi Murtiadi, Roynaldi Arista (2025)	Penggunaan Media Sosial Terhadap Loyalitas Anggota Organisasi Kepemudaan (Studi Kasus IPNU).	Sama-sama meneliti dampak media sosial terhadap sikap mental anggota organisasi kepemudaan	Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dan fokus pada loyalitas, sedangkan penelitian penulis menggunakan kualitatif

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
				dengan fokus kesadaran berorganisasi
4.	A. Candraningrum (2018)	Peran Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota	Sama-sama menempatkan komunikasi digital sebagai strategi pembentukan kesadaran	Penelitian terdahulu berfokus pada kesadaran publik eksternal, sedangkan penelitian penulis pada kesadaran internal anggota organisasi pelajar keagamaan
5.	Jurnal Dimas Septyawan, Fadia Dwi Saputra, dan Alif Herdiansyah, (2025)	Strategi Komunikasi Dakwah Digital Di Kalangan Santri	Keduanya sama-sama menyoroti fenomena pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi strategis di	kedua penelitian tersebut memiliki perbedaan yang cukup mendasar dalam hal fokus, tujuan,

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
			lingkungan keagamaan dan kepemudaan.	serta konteks sosialnya. Lekok, dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi para anggotanya.

Sumber: Data penelitian terdahulu dari tahun 2021-2025

B. Kajian Teori

a) Pengertian strategi komunikasi digital

Sebagai makhluk sosial, komunikasi memegang peranan penting dalam kehidupan manusia. Aktivitas komunikasi berlangsung ketika seseorang berinteraksi dengan orang lain, sehingga dapat dikatakan bahwa komunikasi muncul sebagai hasil dari hubungan sosial. Maka dari itu, komunikasi tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia, baik dalam konteks individu maupun kelompok.⁸

Muria Sokowati menjelaskan bahwa komunikasi berarti membangun kebersamaan atau menyatukan dua orang atau lebih. Secara terminologis, komunikasi dapat dipahami sebagai proses yang melibatkan pertukaran informasi dan makna antara individu atau kelompok, dengan tujuan untuk mencapai pemahaman bersama dan membangun hubungan sosial yang efektif.⁹

⁸ Desi Damayani Pohan and Ulfi Sayyidatul Fitria, "Jenis-Jenis Komunikasi," *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* 2, no. 3 (2021): 31.

⁹ Muria Sokowati, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018), 1–2.

Seiring dalam teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara manusia berkomunikasi, tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka. Namun, sekarang, komunikasi dapat terjadi secara terus-menerus meskipun ada jarak dan perbedaan waktu antara komunikator dan komunikan. Komunikasi digital merujuk pada aktivitas komunikasi yang, menggunakan perangkat elektronik dan jaringan internet sebagai media penghubung antara komunikator dan komunikan, mencakup aktivitas seperti membaca, menulis, berbagi video, serta komunikasi melalui internet dan perangkat elektronik lainnya.¹⁰

Menurut Rulli Nasrullah, komunikasi digital atau komunikasi virtual adalah metode berkomunikasi di mana penyampaian dan penerimaan pesan terjadi melalui cyberspace, atau yang sering disebut dunia maya. Saat ini, berbagai bentuk komunikasi virtual sangat populer dan dapat ditemukan di mana saja. Salah satu bentuk komunikasi digital yang utama adalah melalui penggunaan internet. Internet menyediakan berbagai layanan komunikasi yang efektif dan efisien, seperti situs web, email, serta platform media sosial seperti TikTok, Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube.¹¹

b) Elemen-elemen dalam strategi komunikasi digital

1. Penetapan Tujuan: Langkah pertama dalam merancang strategi komunikasi digital adalah menetapkan tujuan yang jelas dan terukur.

¹⁰ Gushevinalti Gushevinalti, Panji Suminar, and Heri Sunaryanto, "Transformasi Karakteristik Komunikasi di Era Konvergensi Media," *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 6, no. 01 (March 31, 2020): 97–98

¹¹ Rulli Nasrullah, *Manajemen Komunikasi Digital Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi* (2021) atau *Media Sosial* (2015) hlm. 3-4.

Tujuan ini bisa berupa peningkatan kesadaran merek, peningkatan penjualan, atau meningkatkan keterlibatan dengan audiens. Menetapkan tujuan yang spesifik membantu dalam merancang taktik yang relevan dan mengevaluasi hasil.

2. **Identifikasi Audiens:** Memahami siapa audiens target adalah kunci untuk merancang pesan yang efektif. Identifikasi audiens melibatkan segmentasi demografis, psikografis, dan perilaku mereka. Dengan mengetahui preferensi dan kebiasaan audiens, organisasi dapat menyesuaikan konten dan metode komunikasi untuk meningkatkan relevansi dan dampaknya.
3. **Pilih Saluran Digital yang Tepat:** Audiens secara efektif. Saluran yang umum digunakan meliputi media sosial (seperti Facebook, Instagram, LinkedIn), email marketing, situs web, dan blog. Setiap saluran memiliki kekuatan dan kelemahan masing-masing, dan pemilihan saluran harus didasarkan pada di mana audiens target paling aktif.
4. **Pengembangan Konten:** Konten adalah inti dari komunikasi digital yang efektif. Pengembangan konten yang relevan, menarik, dan berkualitas tinggi membantu dalam menarik perhatian audiens dan mendorong keterlibatan. Konten bisa berupa artikel blog, video, infografis, atau posting media sosial. Penting untuk memastikan bahwa konten yang dibuat sesuai dengan tujuan dan kebutuhan audiens.
5. **Penggunaan Teknologi dan Alat Analisis:** Teknologi dan alat analisis membantu dalam mengukur efektivitas strategi komunikasi digital. Alat

seperti Google Analytics, platform manajemen media sosial, dan sistem CRM (Customer Relationship Management) memungkinkan organisasi untuk melacak kinerja, menganalisis data audiens, dan menilai dampak dari upaya komunikasi mereka.

6. **Pengelolaan Krisis:** Dalam dunia digital, risiko krisis komunikasi dapat muncul kapan saja. Memiliki rencana manajemen krisis yang jelas dan strategi komunikasi untuk menangani situasi tersebut adalah penting. Ini termasuk persiapan pesan yang sesuai dan respons yang cepat untuk meminimalkan dampak negatif terhadap merek.

Dalam perspektif Hafied Cangara, strategi komunikasi tidak sekadar dipahami sebagai peta jalan teknis, melainkan sebagai kombinasi terbaik dari seluruh elemen komunikasi yang dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan yang optimal. Cangara menekankan bahwa keberhasilan sebuah strategi sangat bergantung pada perencanaan matang yang mengintegrasikan empat elemen fundamental secara simultan, yaitu penetapan komunikator, pengenalan target sasaran, penyusunan pesan, dan pemilihan media.¹²

Menurut Onong Uchjana Effendy, strategi adalah bentuk perencanaan (planning) dan pengelolaan (management) yang disusun untuk meraih suatu tujuan. Namun, strategi tidak hanya berperan sebagai penunjuk arah seperti peta, melainkan juga harus mampu menjelaskan

¹² Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 61–64

langkah-langkah operasional atau taktik yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut.¹³

c) Kesadaran berorganisasi

Istilah *kesadaran berorganisasi* memang tidak secara eksplisit dipetakan dalam literatur organisasi internasional. Namun, istilah ini dapat dikaitkan dengan konsep-konsep yang beririsan seperti *organizational awareness*, *organizational self-awareness*, *organizational consciousness* yang banyak digunakan dalam ranah studi manajemen dan perilaku organisasi.¹⁴

Secara umum, *organizational awareness* dipahami sebagai kemampuan individu dalam memahami nilai serta kesadarannya terhadap bagaimana tindakannya memengaruhi kinerja dan tujuan organisasi secara keseluruhan. Sementara itu, *organizational consciousness* dimaknai sebagai tingkat kesadaran kolektif dalam organisasi yakni sejauh mana anggota memahami makna keberadaan organisasi, nilai-nilai yang diusung, serta arah strategis yang hendak dicapai.

Kesadaran berorganisasi tidak hanya dipahami sebagai pengetahuan kognitif tentang organisasi, tetapi juga melibatkan dimensi afektif dan konatif, yaitu kemauan untuk berpartisipasi secara aktif dan bertanggung jawab dalam mencapai tujuan bersama. Hal ini berarti bahwa seseorang

¹³ Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi dan Praktek, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2009), 31.

¹⁴ L. G. Fleisher & M. D. Bensoussan, *Strategic and Competitive Analysis: Methods and Techniques for Analyzing Business Competition* (Prentice Hall, 2015).

yang memiliki kesadaran berorganisasi bukan sekadar mengetahui struktur atau aturan organisasi, tetapi juga memiliki dorongan internal untuk berkontribusi, menjaga solidaritas, dan melaksanakan peran sosialnya secara sukarela dan konsisten.¹⁵

Konsep ini juga erat kaitannya dengan nilai-nilai partisipatif dan moral yang berkembang dalam budaya organisasi di Indonesia, terutama dalam organisasi pelajar dan keagamaan seperti IPNU dan IPPNU. Kesadaran berorganisasi di lingkungan tersebut bukan hanya bentuk rasionalitas individu terhadap organisasi, tetapi juga merupakan wujud dari kesadaran sosial dan religius untuk berkhidmat, belajar berorganisasi, serta mengembangkan nilai-nilai ke-NU-an dan kebangsaan melalui wadah struktural yang terorganisir.¹⁶

Dalam kerangka tersebut, pendekatan struktural yang memandang kesadaran berorganisasi sebagai hasil dari proses pendidikan organisasi dan komunikasi internal menemukan relevansinya pada pemanfaatan media digital. Media digital tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang pembingkai makna yang mengonstruksi nilai, identitas, dan arah gerak organisasi secara sistematis. Melalui strategi komunikasi digital yang dirancang secara terencana dan berkelanjutan, organisasi mampu membangun pemahaman bersama serta kesadaran kolektif anggota terhadap makna keberadaan organisasi.

¹⁵ Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 23–24

¹⁶ Muhammad Tholhah Hasan, *Ahlussunnah wal Jamaah dalam Tradisi dan Wacana* (Jakarta: Listafariska Putra, 2006), 112.

Representasi aktivitas, simbol, dan pesan nilai yang disampaikan secara konsisten melalui media digital berkontribusi pada penguatan dimensi afektif dan konatif kesadaran berorganisasi, karena anggota tidak hanya memahami organisasi secara kognitif, tetapi juga menginternalisasi nilai serta terdorong untuk terlibat aktif dan menunjukkan loyalitas terhadap organisasi.¹⁷

Dengan demikian, kesadaran berorganisasi dapat dipahami sebagai perpaduan antara identitas organisasi (*organizational identity*), komitmen organisasi (*organizational commitment*), serta keterlibatan anggota (*member engagement*) yang tercermin dalam kesediaan, motivasi, dan pemahaman anggota terhadap nilai dan peran mereka dalam organisasi. Dalam ranah teoritik, kesadaran berorganisasi dapat dijelaskan melalui integrasi tiga pendekatan utama, yaitu pendekatan psikologis, sosial, dan struktural. Pendekatan psikologis menekankan pada kesadaran diri individu terhadap nilai dan tanggung jawabnya sebagai bagian dari organisasi. Pendekatan sosial menyoroti pentingnya interaksi antaranggota sebagai sarana membangun rasa memiliki (*sense of belonging*) dan solidaritas kolektif. Sedangkan pendekatan struktural memandang kesadaran berorganisasi sebagai hasil dari proses pendidikan organisasi, komunikasi internal, serta sistem kepemimpinan yang membangun loyalitas dan identitas bersama.

¹⁷ Hafid, Siti Raudhatul Jannah, dan Minan Jauhari, "Strategi Komunikasi Politik 'Nyantri' Prabowo Subianto dalam Memenangkan Pilpres 2024," *Jurnal* Vol. 7, No. 2 (2024): 265–266.

d) Komunikasi organisasi

Komunikasi organisasi merupakan proses penyampaian pesan dan pertukaran makna di antara individu yang memiliki keterikatan dalam suatu struktur organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Dalam konteks akademik, komunikasi organisasi tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian informasi dari atasan ke bawahan, melainkan sebagai sistem interaksi yang membentuk eksistensi dan identitas organisasi itu sendiri. Komunikasi organisasi adalah proses penciptaan dan pertukaran pesan di antara individu dalam hubungan saling tergantung untuk mencapai tujuan bersama dalam organisasi.¹⁸

Pandangan ini menekankan bahwa komunikasi merupakan sarana vital yang menghubungkan seluruh unsur organisasi baik secara struktural, fungsional, maupun kultural. Melalui komunikasi, setiap anggota memahami peran, tanggung jawab, serta nilai-nilai yang menjadi dasar keberlangsungan organisasi. Dengan demikian, komunikasi tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi mekanisme sosial yang menjaga keseimbangan interaksi antar anggota.¹⁹

Lebih lanjut, komunikasi organisasi berperan dalam membentuk iklim dan budaya organisasi. Seperti dikemukakan oleh Goldhaber (1993), komunikasi yang efektif menciptakan lingkungan organisasi yang terbuka, partisipatif, dan saling mendukung. Dalam konteks tersebut, komunikasi

¹⁸ Pace, R. W., & Faules, D. F. (2013). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya

¹⁹ Goldhaber, G. M. (1993). *Organizational Communication*. Dubuque, IA: Brown & Benchmark.

bukan hanya alat koordinasi, tetapi juga media untuk memperkuat rasa memiliki (sense of belonging) dan loyalitas terhadap organisasi. Anggota yang mendapatkan informasi yang jelas, terarah, dan disampaikan dengan gaya komunikasi yang positif cenderung memiliki kesadaran berorganisasi yang lebih tinggi.

Selain itu, komunikasi organisasi juga menjadi landasan utama bagi terbentuknya sistem pengambilan keputusan dan koordinasi kegiatan. Organisasi yang efektif adalah organisasi yang mampu mengelola arus komunikasi secara terbuka dan dinamis antara semua level struktur. Dalam era digital saat ini, sistem komunikasi tidak lagi terbatas pada tatap muka, melainkan telah meluas melalui media sosial, platform daring, dan aplikasi pesan instan. Hal ini memungkinkan pertukaran pesan berlangsung lebih cepat dan interaktif, namun sekaligus menuntut kemampuan organisasi untuk menjaga koheisi dan makna pesan agar tidak terdistorsi.²⁰

Dalam konteks organisasi kepemudaan seperti PAC IPNU IPPNU, komunikasi menjadi fondasi dalam menginternalisasikan nilai-nilai keislaman, kebangsaan, dan keorganisasian. Proses ini berlangsung melalui berbagai saluran komunikasi baik formal seperti rapat dan surat keputusan, maupun nonformal seperti grup media sosial dan forum kaderisasi digital. Komunikasi organisasi yang terarah, terbuka, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi akan mendorong tumbuhnya kesadaran anggota

²⁰ Katz, D., & Kahn, R. L. (1978). *The Social Psychology of Organizations* (2nd ed.). New York: Wiley.

terhadap identitas serta tanggung jawab mereka sebagai bagian dari organisasi. Dengan demikian, komunikasi organisasi berfungsi tidak hanya sebagai jembatan informasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam pembentukan karakter dan kesadaran berorganisasi anggota.²¹



²¹ Harfia Wudda Rofana & Mutrofin, "Strategi Komunikasi Islam dalam Meningkatkan Karakter Religius Remaja PAC IPNU-IPPNU di Kecamatan Wates," *QAULAN: Journal of Islamic Communication*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Pendekatan ini melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan subjek penelitian di lapangan dan bertanya secara langsung kepada narasumber untuk memahami berbagai aspek kehidupan manusia, sosial, atau budaya.²²

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini berupaya menganalisis data melalui penggambaran dan penjelasan yang sesuai dengan fakta lapangan yang terkumpul. Dalam pendekatan ini, peneliti fokus pada pemaparan data sebagaimana adanya, tanpa berusaha untuk menghasilkan penelitian dengan kesimpulan yang bersifat umum. Metode ini digunakan untuk menggali informasi secara detail dari subjek atau objek penelitian melalui observasi, wawancara, atau dokumentasi.²³

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PAC IPNU-IPPNU yang beralamat di Kecamatan Lekok, Kabupaten Pasuruan, Provinsi Jawa Timur. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan oktober hingga selesai. Alasan peneliti mengambil obyek di PAC IPNU-IPPNU karena sebagian anggota PAC IPNU-IPPNU Lekok menunjukkan penurunan minat terhadap kegiatan organisasi. Banyak

²² Arif Rachman et al., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (CV Saba Jaya Publisir, 2024), 138.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 206.

anggota lebih aktif di media sosial untuk hiburan daripada mengikuti kegiatan organisasi. Fenomena ini menarik untuk dikaji dari perspektif strategi komunikasi digital: apakah komunikasi organisasi yang diterapkan sudah relevan dengan karakter generasi digital.

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari pandangan yang sesuai dan relevan. Peneliti menggunakan Teknik *purposive*, yaitu teknik pengambilan sampel dalam penelitian di mana peneliti memilih partisipan atau objek yang dianggap paling relevan atau memenuhi kriteria tertentu untuk menjawab tujuan penelitian. Dalam metode ini, sampel dipilih tidak secara acak, tetapi berdasarkan pertimbangan atau alasan tertentu yang sudah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti.²⁴

Beberapa subyek penelitian yang akan dijadikan sebagai sumber informasi dalam penelitian ini, yaitu:

1. Choiron selaku ketua PAC IPNU Kecamatan Lekok. Peneliti memilih informan ini karena beliau yang bertanggung jawab dalam merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengendalikan seluruh anggota yang ada di dalamnya.
2. Tholibul huda selaku pengurus PAC IPNU IPPNU diposisikan sebagai informan utama karena mereka merupakan subjek yang secara langsung mengalami, merasakan, sekaligus menjadi sasaran dari strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh PAC.

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 133.

3. Ridwan selaku departemen media PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok yang memegang seluruh media digital yang ada di dalamnya.

D. Teknik Pengumpulan data

1. Observasi

Metode observasi peneliti gunakan karena untuk memperoleh data secara langsung dari lingkungan atau objek yang akan diamati. Observasi yang digunakan yaitu metode observasi terstruktur, karena peneliti telah mengetahui aspek-aspek yang relevan dengan tujuan yang akan dilakukan.²⁵ Tujuannya adalah untuk mengetahui strategi komunikasi digital dinamika interaksi di grup WhatsApp formal yang berisi 45 kader inti dengan tingkat partisipasi mencapai 70 persen, serta aktivitas di akun Instagram @pacipnuippnulekok yang memiliki 628 pengikut pada fitur Saluran dan rata-rata keterlibatan 20 *likes* per postingan.

2. Wawancara

Metode wawancara peneliti gunakan karena peneliti butuh pengumpulan data yang mendalam dari informan. Metode yang digunakan adalah wawancara terstruktur, karena peneliti melihat ke lapangan menggunakan pedoman wawancara agar ketika bertanya tidak keluar dari konteks dari pedoman wawancara.²⁶

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 203.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 195.

Sebagaimana yang sudah dipaparkan sebelumnya, yang dipilih menjadi subjek penelitian ialah ketua PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok beserta pengurus.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan sebagai pelengkap data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi, dengan menggunakan sumber seperti dokumen dan rekaman. Dalam penelitian kualitatif, sumber data seperti dokumen, foto, dan statistik. Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang sederhana, karena peneliti hanya berinteraksi dengan objek statis. Data-data dokumentasi yang akan peneliti kumpulkan adalah data yang bersangkutan tentang tangkapan layar percakapan di grup WhatsApp, pengikut Instagram, serta dokumen visual seperti pamflet kegiatan.

E. Analisis data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan ketika proses pengumpulan data maupun setelah data dikumpulkan. Saat melakukan wawancara, peneliti menganalisis jawaban responden secara langsung dan mengajukan pertanyaan lanjutan jika penjelasan dirasa belum cukup memadai, hingga diperoleh data yang akurat dan terpercaya. Menurut Miles dan Huberman, proses analisis berlangsung interaktif secara terus menerus dan berkesinambungan hingga data mencapai kejenuhan.²⁷ Adapun proses di dalam teknis analisis data, yaitu:

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 321.

1. Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, atau gabungan dari ketiganya (triangulasi). Proses pengumpulan data berlangsung selama beberapa hari hingga berbulan-bulan, sehingga menghasilkan banyak informasi. Pada tahap awal, peneliti mengeksplorasi situasi atau objek penelitian secara luas dengan mencatat semua hal yang terlihat dan terdengar. Ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang beragam.²⁸

Pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh informasi terkait strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi anggota.

2. Kondensasi data

Data yang diperoleh dari lapangan harus dicatat dengan cermat dan detail. Semakin lama peneliti berada di lapangan, semakin banyak dan beragam data yang akan dikumpulkan. Oleh karena itu, analisis data melalui proses reduksi perlu segera dilakukan. Kondensasi data berarti merangkum, memilih yang penting, dan mencari tema serta pola. Dengan reduksi, data menjadi lebih jelas dan memudahkan pengumpulan serta pencarian data di kemudian hari. Proses ini juga bisa dibantu dengan alat elektronik, seperti handphone, menggunakan kode untuk aspek-aspek tertentu.²⁹

3. Penyajian Data

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 322.

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 323.

Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam beberapa bentuk seperti ringkasan, hubungan antar kategori, diagram, atau diagram kerja (flowchart), namun cara yang paling umum dan sering digunakan adalah penyajian data dalam bentuk narasi. Penyajian data secara naratif ini memungkinkan peneliti untuk menjelaskan temuan-temuan yang diperoleh dengan metode yang lebih terstruktur dan mudah dimengerti. Selain itu, format narasi ini memudahkan peneliti untuk menghubungkan berbagai aspek yang ditemukan selama proses penelitian, memberikan gambaran yang jelas tentang situasi yang sedang diteliti, dan membantu dalam merencanakan langkah-langkah selanjutnya berdasarkan pemahaman yang telah diperoleh dari data tersebut.³⁰

4. Verifikasi

Langkah keempat dalam penelitian kualitatif adalah menarik kesimpulan dan memverifikasi. Pada tahap ini, Kesimpulan awal masih bersifat tentatif dan bisa berubah jika data selanjutnya tidak mendukung. Peneliti akan terus mengumpulkan data hingga menemukan bukti yang konsisten dan valid yang mendukung kesimpulan tersebut. Jika kesimpulan awal terbukti benar dan didukung oleh bukti yang kuat dalam proses pengumpulan data selanjutnya, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap kredibel.³¹

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 325.

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 329.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif penting untuk memastikan bahwa temuan yang diperoleh dapat dipercaya dan akurat. Untuk memastikan keabsahan tersebut, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yang bertujuan untuk memverifikasi data yang telah dikumpulkan. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengumpulkan dari berbagai sumber yang berbeda, baik itu dari individu yang berbeda, waktu yang berbeda, atau tempat informasi yang berbeda, kemudian membandingkan dan memeriksa konsistensi serta kesesuaian informasi tersebut dengan pertanyaan yang sama. Dengan cara ini, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar valid dan kredibel, sehingga temuan yang dihasilkan dapat dipercaya.³²

G. Tahap-tahap Penelitian

Bagian ini menjelaskan langkah-langkah yang akan diambil dalam pelaksanaan penelitian, mulai dari tahap persiapan awal, pembuatan desain penelitian, pelaksanaan penelitian, hingga penulisan laporan.

1. Tahap Pra Lapangan

Dalam tahapan ini, peneliti berupaya memahami isu permasalahan guna mengidentifikasi topik atau tema riset. Selanjutnya, peneliti mencari referensi yang relevan dengan isu yang telah diidentifikasi tersebut. Dalam konteks ini, isu yang diangkat oleh peneliti adalah mengenai strategi komunikasi digital, dengan judul “strategi komunikasi digital pac ipnu ippnu dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi anggota.”

³² Sugiyono, *Metode Penelitian*, 369.

Adapun Penentuan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu:

- a. Menentukan lokasi penelitian
- b. Menentukan rancangan penelitian
- c. Menentukan informan penelitian

2. Tahap Pelaksanaan Lapangan

Dalam tahapan ini, peneliti melakukan kunjungan lapangan untuk mengumpulkan data yang relevan dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Setelah itu, peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut dan mengumpulkan semua data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi yang lengkap dan saling terkait mengenai strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi anggota.

3. Tahap Penyusunan Laporan

Tahap akhir penulisan laporan penelitian melibatkan pengolahan data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber. Peneliti menyusun simpulan yang kemudian dimasukkan ke dalam laporan hasil penelitian. Laporan ini selanjutnya diserahkan kepada dosen pembimbing untuk diperiksa dan direvisi jika diperlukan.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil media digital dan Sejarah PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok, Kabupaten Pasuruan

PAC IPNU–IPPNU Kecamatan Lekok Kabupaten Pasuruan memanfaatkan media digital sebagai sarana strategis dalam membangun komunikasi organisasi, memperkuat identitas kelembagaan, serta menjangkau pelajar di tengah perkembangan teknologi informasi. Kehadiran media digital tidak hanya diposisikan sebagai ruang publikasi kegiatan, tetapi juga sebagai medium kaderisasi, edukasi, dan internalisasi nilai-nilai keislaman Ahlussunnah wal Jama'ah serta kebangsaan yang menjadi landasan gerak IPNU–IPPNU.

Sejarah umum IPNU IPPNU di Indonesia, IPNU-IPPNU di kecamatan lekok, Kabupaten Pasuruan juga hampir persis, dimana yang terbentuk adalah IPNUnya dulu menjelang akhir tahun 1990 dan yang menjadi ketua pada waktu itu ialah beliau gus Mushofa bin Musthofa Sholahudin yang sekarang menjadi pengasuh pondok pesentren Roudlotul Musthofa Tambak lekok dan di teruskan oleh kepengurusan di bawahnya.

Sedangkan pembentukan Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU) di Kecamatan Lekok mulai muncul pada akhir dekade 1990-an, bersamaan dengan tumbuhnya kegiatan organisasi pelajar NU di wilayah

Kabupaten Pasuruan. Beberapa pelajar putri dari madrasah aliyah dan pesantren di Lekok aktif mengikuti kegiatan IPPNU di tingkat cabang. Sepulang dari kegiatan tersebut, mereka termotivasi untuk membentuk struktur IPPNU di tingkat kecamatan agar kaderisasi dapat berjalan lebih efektif.

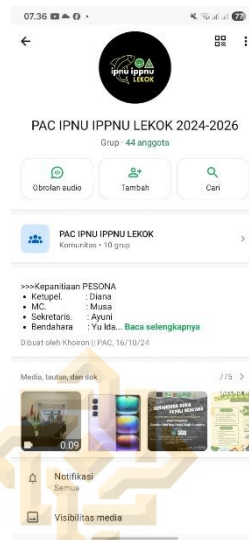
Dukungan kuat datang dari Pimpinan Cabang IPPNU Kabupaten Pasuruan, serta restu dari para tokoh NU Lekok dan kalangan pesantren. Setelah melalui beberapa kali musyawarah dan konsolidasi dengan pengurus cabang, maka secara resmi Pimpinan Anak Cabang (PAC) IPPNU Kecamatan Lekok dinyatakan terbentuk sekitar tahun 2001.

Pembentukan PAC ini ditandai dengan Musyawarah Anak Cabang (Musancab) perdana yang dihadiri oleh perwakilan pelajar dari beberapa desa seperti Tambak Lekok, Tampung, Jatirejo, Balunganyar, dan Pasinan. Dalam musyawarah tersebut dibentuk kepengurusan pertama IPPNU Lekok, yang diisi oleh pelajar dan santri putri dari berbagai madrasah serta pesantren di wilayah tersebut.

Memasuki periode 2005–2015, IPPNU Lekok mulai menunjukkan perkembangan yang pesat. Kegiatan organisasi tidak lagi terbatas pada lingkup kecamatan, tetapi mulai menjangkau tingkat desa melalui pembentukan Pimpinan Ranting (PR) di berbagai wilayah. Ranting-ranting seperti PR IPPNU Tambak Lekok, PR IPPNU Tampung, PR IPPNU

Jatirejo, PR IPPNU Balunganyar, dan PR IPPNU Pasinan menjadi tonggak penting dalam memperluas jangkauan kaderisasi.

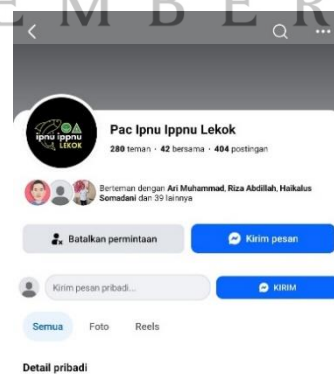
Dengan seiring waktu dengan mengikuti zaman peradaban digital, PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok, Kabupaten Pasuruan juga secara aktif mengelola ekosistem komunikasi digital yang terintegrasi sejak Maret 2023, melalui berbagai platform dengan fungsi dan karakteristik khalayak yang spesifik guna mendukung keberlanjutan organisasi. Saluran komunikasi utama dijalankan melalui WhatsApp grup dengan beranggotakan 45 kader aktif dengan tingkat partisipasi mencapai 70% dalam memberikan masukan serta respons terhadap koordinasi internal. Pada ranah media sosial visual, organisasi mengelola akun Instagram yang telah memiliki 628 pengikut pada fitur Saluran (Channel) dengan rata-rata keterlibatan sebesar 20 likes per postingan, di mana kontennya difokuskan pada publikasi kegiatan internal serta penguatan identitas organisasi. Selain itu, terdapat Halaman Facebook dengan 280 pengikut yang berfungsi sebagai arsip dokumentasi kegiatan formal bagi kader senior dan alumni.



Gambar 4. 1 WhatsApp grup PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok



Gambar 4. 2 Instagram PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok



Gambar 4. 3 Facebook PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok

2. Visi dan Misi PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok Kabupaten Pasuruan

a. Visi

Terwujudnya generasi pelajar, yang bermanfaat bagi masyarakat, yang bertaqwa kepada Allah SWT, berakhlak mulia, Berwawasan Kebangsaan yang berlandaskan Ahlussunnah Waljamaah.

b. Misi

Mewujudkan citra diri organisasi dengan internalitas nilai nilai trilogi IPNU IPPNU memaksimalkan kaderisasi di jenjang komisariat penguatan kaderisasi formal, non formal dan informal mencetak kader yang tangguh dan loyalitas terhadap organisasi.

3 Fungsi Media Digital

Media digital berfungsi sebagai saluran koordinasi internal dan ruang partisipasi aktif bagi para anggota. Melalui WhatsApp grup, yang telah aktif menciptakan ruang komunikasi dua arah yang intensif bagi 45 kader aktif dengan tingkat responsivitas mencapai 70%. Platform ini bukan sekadar alat pemberitahuan, melainkan jembatan untuk memberikan masukan, berdiskusi, dan memperkuat solidaritas tanpa terhambat oleh jarak fisik, terutama bagi anggota yang sedang menempuh studi di luar kota. Dengan adanya interaksi rutin di grup ini, anggota merasa memiliki peran penting dalam setiap pengambilan keputusan organisasi.

Platform digital berperan sebagai instrumen *branding* dan representasi identitas organisasi secara visual kepada khalayak luas. Akun Instagram dengan 628 pengikut pada fitur Saluran (Channel) dan Halaman Facebook dengan 280 pengikut berfungsi sebagai etalase digital yang menampilkan eksistensi PAC IPNU-IPPNU Lekok Kabupaten Pasuruan. Melalui rata-rata 20 likes pada setiap postingan kegiatan internal, media ini membangun citra positif bahwa organisasi tetap "hidup" dan aktif melakukan kaderisasi. Fungsi ini sangat krusial untuk menumbuhkan rasa bangga (*affective awareness*) serta memperkuat loyalitas anggota terhadap nilai-nilai ke-NU-an yang dikomunikasikan secara konsisten.

Media digital difungsikan sebagai sarana edukasi ideologis dan dakwah kreatif yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Pemanfaatan platform facebook dan Instagram memungkinkan penyampaian pesan organisasi tidak hanya dalam format formal, tetapi juga melalui konten kreatif seperti video pendek dan hiburan religi (meme) yang relevan dengan karakter pelajar. Setiap konten yang diproduksi tetap melalui proses kurasi ketat yang merujuk pada sumber resmi Nahdlatul Ulama untuk memastikan akurasi nilai. Dengan demikian, media digital menjadi ruang kaderisasi berkelanjutan yang mampu menarik minat generasi muda sekaligus membentengi mereka dengan literasi digital yang berbasis pada etika dan nilai-nilai moderat.

B. Penyajian dan Analisis Data

Dalam penelitian, penyajian data penting sebagai validasi temuan. Data ini menjadi dasar untuk dijelaskan, sehingga menghasilkan kesimpulan yang relevan dalam penelitian. Dalam proses pengumpulan data, digunakan teknik seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah melalui seluruh proses penelitian, diperoleh hasil yang sesuai dengan fokus utama penelitian. Selanjutnya, akan dituliskan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan para informan mengenai strategi komunikasi digital PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok, Kabupaten Pasuruan dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi anggota.

1. Strategi komunikasi digital PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok

Strategi komunikasi digital yang dijalankan PAC IPNU–IPPNU Kecamatan Lekok tersusun melalui beberapa tahapan inti, yaitu pemilihan media, perencanaan pesan, produksi konten. Semua tahapan tersebut berfungsi untuk meningkatkan kesadaran berorganisasi anggota di tengah karakter generasi muda yang sangat bergantung pada media sosial.

Dalam hal pemilihan media, organisasi menggunakan WhatsApp, Instagram, Facebook, dengan fungsi yang spesifik. Choiron selaku ketua IPNU menjelaskan bahwa

Untuk berkomunikasi dengan anggota kita lebih seringnya menggunakan WhatsApp Group, karena setiap harinya kita menggunakannya untuk koordinasi rutin. Saat ini anggota aktif di grup ada sekitar 45 orang, dan sekitar 70% dari mereka sangat aktif memberikan masukan atau sekadar merespons informasi yang kami bagikan. Sedangkan untuk dokumentasi kegiatan kita share melalui Instagram dan Facebook. Di Instagram, kami mengelola Saluran (Channel) yang diikuti oleh 628 orang. Rata-rata konten kegiatan internal kami mendapatkan 20 likes per

postingan. Sementara di Facebook, kami memiliki 280 pengikut yang didominasi oleh kader-kader senior dan alumni" ³³

Penjelasan tersebut didukung oleh Ridwan dari Departemen Media yang menambahkan mengenai efektivitas penggunaan platform tersebut:

"Data tersebut menunjukkan bahwa media kita cukup hidup, Mas. WhatsApp grup menjadi pusat diskusi aktif 45 anggota kami, sementara Instagram menjadi wajah organisasi bagi 628 pengikut dengan postingan atau meme agar menarik minat kader-kader pelajar yang lebih muda" ³⁴

Dari hasil wawancara di atas, dapat dipahami bahwa penggunaan berbagai platform ini didasarkan pada pemahaman mendalam terhadap pola penggunaan media oleh para anggotanya. WhatsApp grup difungsikan sebagai saluran inti koordinasi karena kemudahan akses dan fitur grupnya. Instagram dan Facebook dimanfaatkan untuk publikasi visual dan dokumentasi guna meningkatkan visibilitas organisasi.

Setiap konten atau informasi yang akan dipublikasikan melalui media digital selalu melalui tahap analisis terlebih dahulu, Choiron selaku ketua IPNU menjelaskan bahwa:

Sebelum kita menyampaikan pesan kepada pengguna media khususnya kepada anggota, dari departemen media melakukan analisa terlebih dahulu tentang apa yang akan disampaikan. Hal tersebut pastinya sesuai dengan persetujuan anggota departemen media. Selanjutnya penentuan tujuan kepada siapa dan penentuan jadwal publikasi misal seperti keluarnya pamflet yang menyesuaikan dengan hari-hari besar atau hari-hari peringatan. ³⁵

Tambahan dari Ridwan selaku departemen media, beliau mengatakan bahwa:

Didalam era sekarang ini mas, kita tidak lepas dari dunia digital, Oleh karena itu digital adalah salah satu cara untuk menyampaikan suatu pesan

³³ Choiron, wawancara Pasuruan, 12 november 2025 jam 13.00

³⁴ Ridwan, wawancara Pasuruan, 13 november 2025 jam 08.00

³⁵ Choiron, wawancara Pasuruan, 13 november 2025 jam 13.00

atau mempublikasi suatu kegiatan yang dilakukan oleh PAC IPNU IPPNU Lekok.³⁶

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa setiap penyampaian pesan digital tidak dilakukan secara spontan atau sekadar mengikuti tren, melainkan melalui perencanaan strategis yang mempertimbangkan aspek tujuan komunikasi, segmentasi audiens, serta momentum publikasi. Dilanjutkan mengenai tujuan utama dari penggunaan media digital dalam kegiatan organisasi dijelaskan oleh choiron selaku ketua IPNU bahwa:

Tujuan utama nya adalah untuk mengenalkan organisasi kami, meskipun banyak yang tau organisasi kami, tapi hanya sebagian yang mengenal dan paham dengan arah organisasi kami. Apalagi di zaman yang serba digital ini, kita menjangkau banyak hal hanya dengan melihat melalui hp, terkadang keaktifan organisasi terutama di ranah IPNU-IPPNU bisa dilihat dari keaktifan media sosialnya, dengan kata lain membangun branding untuk organisasi kami.³⁷

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa media digital menjadi jembatan komunikasi yang sangat penting dalam memperkenalkan identitas, visi, dan arah gerak organisasi kepada khalayak. Meskipun organisasi IPNU dan IPPNU telah dikenal luas sebagai organisasi pelajar Nahdlatul Ulama, namun pemahaman mendalam mengenai visi organisasi, nilai kaderisasi, dan arah perjuangannya seringkali belum tersampaikan secara merata. Oleh karena itu, media digital dipandang sebagai sarana efektif untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan tersebut.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa tujuan utama penggunaan media digital bagi PAC IPNU–IPPNU Lekok, Kabupaten Pasuruan tidak hanya

³⁶ Ridwan, wawancara Pasuruan , 14 november 2025 jam 07.00

³⁷ choiron, wawancara Pasuruan, 15 November 2025 jam 14.00

sebatas penyebaran informasi, tetapi juga sebagai strategi memperkuat identitas organisasi, memperluas jangkauan komunikasi, sekaligus meningkatkan kesadaran dan keterlibatan anggota terhadap nilai-nilai keorganisasian.

Selanjutnya, yaitu pemilihan platform digital oleh PAC IPNU–IPPNU Lekok, Kabupaten Pasuruan tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan didasarkan pada pemahaman mendalam terhadap pola penggunaan media oleh para anggotanya. Organisasi menyadari bahwa efektivitas komunikasi digital sangat ditentukan oleh kesesuaian antara saluran komunikasi yang digunakan dengan kebiasaan digital audiens. Oleh karena itu, PAC memilih platform yang paling sering digunakan oleh anggota dalam aktivitas sehari-hari, terutama media sosial.

Dalam wawancara, narasumber menjelaskan bahwa mayoritas anggota PAC sangat aktif menggunakan platform seperti WhatsApp grup, Instagram, dan Facebook. Hal ini ditegaskan oleh choiron selaku ketua IPNU, beliau mengatakan:

Untuk berkomunikasi dengan anggota kita lebih seringnya menggunakan WhatsApp grup pastinya, karena setiap harinya kita menggunakannya. Sedangkan untuk ranah media seperti pamflet / video / dokumentasi kegiatan kita share melalui Instagram dan Facebook untuk sementara.³⁸

Dari wawancara tersebut WhatsApp grup difungsikan sebagai saluran komunikasi inti untuk koordinasi internal dan informasi cepat karena kemudahan akses, fitur grup, serta kemampuan bertukar pesan, file, dan voice note secara real-time. Instagram dan Facebook dimanfaatkan untuk publikasi

³⁸ choiron, wawancara Pasuruan, 13 November 2025 jam 15.00

visual misalnya pamflet kegiatan, dokumentasi acara, serta konten edukatif karena kapabilitas keduanya dalam menampilkan materi visual yang menarik dan dapat meningkatkan visibilitas organisasi. Pendekatan multi-platform ini memungkinkan PAC menyesuaikan gaya dan format pesan sesuai karakteristik masing-masing media, pesan singkat dan koordinatif di WhatsApp, narasi visual dan dokumentasi di Instagram atau Facebook.

Dalam pemilihan konten PAC IPNU–IPPNU Lekok, Kabupaten Pasuruan memproduksi beragam jenis konten digital sebagai bagian dari strategi komunikasi mereka. Variasi konten ini bertujuan untuk menarik perhatian anggota, menyampaikan pesan organisasi secara kreatif, serta menjaga keberlangsungan aktivitas digital PAC di berbagai platform. Choiron selaku ketua IPNU menjelaskan bahwa konten yang mereka buat tidak hanya berfokus pada informasi formal organisasi, tetapi juga mencakup konten yang bersifat religius dan hiburan agar lebih sesuai dengan karakteristik pelajar.

Beliau menyampaikan :

Untuk Jenis konten yang kami buat biasanya mengenai keagamaan mas misalnya, fadilah-fadilah, juga mengenai kegiatan organisasi, meme-meme (hiburan) juga.³⁹

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa PAC IPNU–IPPNU Lekok, Kabupaten Pasuruan menerapkan konten yang religius seperti fadilah amalan, quotes keagamaan, atau potongan nasihat ulama digunakan untuk memperkuat identitas ke-NU-an dan memberikan edukasi keagamaan kepada anggota. Sedangkan konten kegiatan organisasi, seperti laporan kegiatan, pamflet acara,

³⁹ Choiron, wawancara, Pasuruan, 14 November 2025 jam 16:00

atau dokumentasi, berfungsi sebagai sarana publikasi aktivitas PAC agar diketahui oleh anggota dan masyarakat.

Dalam proses produksi konten digital, PAC IPNU–IPPNU Lekok, Kabupaten Pasuruan tidak hanya berfokus pada aspek estetika atau kelayakan publikasi, tetapi juga menempatkan nilai-nilai ke-NU-an sebagai pedoman utama. Hal ini ditegaskan secara jelas oleh Ridwan selaku Departemen Media. Ketika ditanya mengenai bagaimana organisasi memastikan pesan digital tetap sesuai dengan nilai-nilai ke-NU-an, narasumber menyatakan bahwa proses pembuatan konten selalu berada dalam pendampingan ketua dan mengikuti standar rujukan yang valid. Ia menjelaskan:

Jadi dalam pelaksanaan program kerja dari departemen media dibantu oleh ketua juga, konten yang dibuat pastinya diawasi dan diarahkan terlebih dahulu. Dalam pembuatan konten tentang keagamaan misal, kita pastinya punya rujukan. Misal kita mengutip dari website NU, atau kita mengutip dawuh-dawuh ulama.⁴⁰

Dari hasil wawancara tersebut, bisa di tarik kesimpulan bahwa PAC IPNU–IPPNU Lekok, Kabupaten Pasuruan memiliki tingkat kesadaran ideologis yang cukup tinggi dalam memanfaatkan media digital. Mereka tidak menjadikan media sosial semata sebagai alat publikasi, tetapi sebagai bagian dari dakwah dan kaderisasi digital.

⁴⁰ Ridwan, wawancara, Pasuruan, 13 November 2025 jam 08:00

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Strategi Komunikasi Digital

Dalam pelaksanaan strategi komunikasi digital PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok, Kabupaten Pasuruan terdapat beberapa faktor pendukung yang memperkuat efektivitas penyebaran pesan organisasi di berbagai platform digital. Faktor pendukung utama adalah ketersediaan sumber daya manusia yang mumpuni dalam bidang desain grafis, *editing*, dan manajemen media. Hal ini didukung dengan data keaktifan WhatsApp Group yang mencapai 70% dari total 45 anggota, di mana antusiasme kader dalam merespons dan membagikan ulang (*reshare*) konten menjadi mesin penggerak utama jangkauan informasi secara organik. Selain itu, adanya dukungan struktural yang kuat dan motivasi personal dari pengurus dalam membangun kultur partisipasi digital memastikan bahwa media seperti Saluran Instagram dengan 628 pengikut tetap memiliki interaksi yang stabil, yakni rata-rata 20 likes per postingan. Kolaborasi yang aktif ini menciptakan ekosistem digital yang partisipatif dan inklusif bagi seluruh anggota.

Namun, di sisi lain, penelitian ini juga menemukan beberapa penghambat yang memengaruhi konsistensi produksi konten. Hambatan utama yang sering muncul adalah kurangnya kepekaan tim media dalam menjaga ritme publikasi, yang seringkali mengakibatkan keterlambatan pengunggahan konten kegiatan (*update*) di platform seperti Instagram dan Facebook. Keterlambatan ini dapat menyebabkan hilangnya momentum dan penurunan tingkat perhatian (*engagement*) dari audiens internal maupun eksternal. Selain itu, meskipun pengikut di Facebook mencapai 280 orang, tantangan berupa rendahnya partisipasi sebagian anggota dan kualitas konten yang terkadang kurang menarik masih menjadi catatan penting. Hal ini menunjukkan adanya ketimpangan literasi digital dan disiplin kerja tim dalam mengelola beragam platform secara simultan.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, PAC IPNU-IPPNU Lekok, kabupaten pasuruan melakukan langkah strategis berupa peningkatan kapasitas kader melalui pelatihan desain grafis dan manajemen media. Upaya ini

bertujuan agar produksi konten, terutama untuk platform yang sedang dikembangkan seperti instagram dan facebook, memiliki kualitas visual dan narasi yang lebih relevan dengan kebutuhan anggota muda. Selain penguatan teknis, organisasi juga mendorong literasi digital berbasis etika dan nilai-nilai ke-NU-an melalui kolaborasi dengan lembaga eksternal. Pendekatan penguatan kapasitas ini merupakan solusi jangka panjang untuk memastikan strategi komunikasi digital tetap berkelanjutan dan mampu meminimalisir kendala teknis maupun manajerial di masa depan

Penjelasan Ridwan selaku Departemen Media menunjukkan bahwa keberadaan anggota yang memiliki kemampuan dalam bidang desain, editing, maupun captioning menjadi penguat utama dalam faktor pendukung pelaksanaan program kerja media. Ridwan menyampaikan:

Semuanya itu mas, atas bantuan dari anggota lain yang mumpuni dalam bidang media, antusias anggota dalam menshare media, pembagian tugas: editing, caption, share. Sejak platform ini dikembangkan secara masif, antusiasme kader terlihat dari keaktifan WhatsApp Group yang mencapai 70% dari 45 anggota. Mereka tidak hanya menerima informasi, tapi aktif memberikan masukan dan membagikan ulang konten ke status pribadi mereka.⁴¹

Dari hasil wawancara di atas, struktur kerja media PAC telah berjalan secara kolaboratif. Setiap anggota memiliki peran masing-masing, seperti editing desain, penulisan caption, dan pembagian unggahan ke berbagai platform. Pembagian tugas ini menciptakan efisiensi dan mengurangi beban kerja pada satu orang saja. Selain itu, antusiasme anggota dalam membagikan ulang konten (reshare) menjadi faktor pendukung yang memperluas jangkauan pesan organisasi.

⁴¹ Ridwan, wawancara, Pasuruan, 14 November 2025 jam 09:00

Selain itu, dukungan struktural berupa motivasi personal dari pengurus menjadi penguat dalam membangun kultur partisipasi digital. Choiron selaku ketua IPNU menjelaskan bentuk dukungan tersebut:

Kami sebagai pengurus biasanya memotivasi teman-teman dengan cara mendekati mereka secara personal agar mau berkontribusi dalam konten media digital. Alhamdulillah, hasilnya terlihat di Instagram kita yang sekarang punya 628 pengikut di Saluran, dan setiap postingan kegiatan internal rata-rata dapat 20 likes. Ini membuktikan anggota merasa memiliki organisasi ini.⁴²

Namun, di sisi lain, penelitian ini menemukan beberapa faktor penghambat, terutama terkait manajemen waktu dan konsistensi. Ridwan menyampaikan kendala teknis yang sering dihadapi:

Kendala yang dihadapi adalah kurangnya kepekaan dalam pembuatan media. Sehingga terkadang terlambat dalam penguploadan. Apalagi mengelola banyak platform seperti Facebook dan Instagram secara bersamaan, terkadang kita kehilangan momentum kegiatan karena telat posting.⁴³

Tantangan lainnya adalah rendahnya partisipasi sebagian anggota dan kualitas konten yang belum sepenuhnya menarik minat audiens internal maupun eksternal. Untuk mengatasi hal tersebut, organisasi mengambil langkah strategis melalui penguatan kapasitas kader. Choiron menjelaskan:

"Untuk mengatasi rendahnya partisipasi atau konten yang tidak menarik, kami meningkatkan kapasitas kader melalui pelatihan desain grafis dan manajemen media. Kami ingin memastikan tim media yang sudah dibentuk sejak Maret 2023 ini terus *up-to-date* dengan tren digital."

Dari hasil wawancara di atas upaya strategis yang dilakukan untuk menanggulangi kendala rendahnya partisipasi anggota dan kurangnya daya tarik konten adalah dengan fokus pada peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM). Hal ini diwujudkan melalui pelatihan teknis (desain grafis dan manajemen media) bagi tim media yang telah dibentuk sejak Maret 2023,

⁴² Ridwan, wawancara, Pasuruan, 17 November 2025 jam 09:00

⁴³ Ridwan, wawancara, Pasuruan, 18 November 2025 jam 08.00

dengan tujuan agar tim tersebut tetap relevan (*up-to-date*) dan adaptif terhadap perkembangan tren digital.



Gambar 4.6 Pelatihan desain grafis PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok

Selanjutnya, dukungan dari pengurus yakni Tholibul Huda, juga memberi kontribusi besar terhadap keberhasilan strategi komunikasi digital. Dalam wawancara lain, beliau menjelaskan bahwa:

Tentunya ada dukungan dari pengurus terutama bagian kominfo, dimana setiap kegiatan, rapat dan juga suatu event entah itu kegiatan tahunan atau kegiatan pengkaderan, media penting karena biar pimpinan ranting yang ada di kecamatan Lekok atau di luar itu bisa mengikuti kegiatan pengkaderan.⁴⁴

Setelah sebelumnya dijelaskan bahwa salah satu faktor pendukung strategi komunikasi digital PAC IPNU-IPPNU Lekok, Kabupaten Pasuruan adalah keberadaan anggota yang mumpuni di bidang media serta dukungan struktural dari pengurus, bagian ini memperlihatkan bagaimana dukungan tersebut diwujudkan dalam bentuk motivasi langsung kepada anggota. Peran

⁴⁴ Tholibul Huda , wawancara, Pasuruan, 16 November 2025 jam 14:00

pengurus bukan hanya mendukung secara teknis, tetapi juga membangun kultur partisipasi digital di kalangan kader.

Dari pengurus yakni tholibul huda menyampaikan bahwa anggota memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan penyebaran konten organisasi. Ia menegaskan bahwa:

Anggota pastinya memiliki peran terpenting mas, misalnya men-share media yang telah dibuat oleh Departemen media.⁴⁵

Pernyataan ini memperlihatkan bahwa pengurus melihat anggota bukan sekadar sebagai penerima konten, tetapi sebagai aktor penguat komunikasi digital. Konten digital yang diunggah PAC akan memiliki dampak yang jauh lebih luas ketika anggota turut membagikan ulang (re-share) melalui akun pribadi mereka. Tambahan dari ketua IPNU yakni choiron menjelaskan bahwa:

Kami sebagai pengurus biasanya memotivasi teman-teman dengan cara mendekati mereka secara personal, membangun komunikasi yang baik, mengingatkan kembali tentang visi dan misi IPNU-IPPNU, serta memberi dorongan supaya mereka mau ikut terlibat dan berkontribusi dalam konten media digital organisasi.⁴⁶

Dari hasil ini, dapat di tarik kesimpulan bahwa motivasi yang diberikan pengurus mencerminkan strategi komunikasi persuasif. Pengurus berupaya menumbuhkan rasa kedekatan, rasa memiliki, serta kesadaran bahwa keterlibatan di media digital merupakan bagian dari kontribusi terhadap organisasi. Dalam proses pelaksanaan strategi komunikasi digital, PAC IPNU–IPPNU Lekok, Kabupaten Pasuruan tidak terlepas dari berbagai hambatan yang memengaruhi efektivitas produksi dan penyebaran konten.

⁴⁵ Tholibul Huda , wawancara oleh Penulis, Pasuruan, 16 November 2025 jam 15:00

⁴⁶ Choiron, wawancara, Pasuruan, 17 November 2025 jam 12:00

Selanjutnya, Tholibul Huda selaku pengurus menegaskan bahwa upaya peningkatan kapasitas ini tidak hanya berorientasi pada sisi teknis, tetapi juga pada penguatan literasi digital kader. Literasi digital yang dimaksud mencakup pemahaman etika bersosial media, penggunaan media sebagai sarana dakwah dan edukasi, serta kemampuan memilah dan memproduksi informasi yang sesuai dengan nilai-nilai ke-NU-an. Beliau mengatakan:

kami juga mendorong literasi digital berbasis nilai dan etika mas, misalnya dengan bekerja sama dengan lembaga seperti Diskominfo.⁴⁷

Dengan demikian, penulis menyimpulkan bahwa upaya PAC IPNU–IPPNU Lekok dalam mengatasi tantangan rendahnya partisipasi anggota dan konten yang tidak menarik dilakukan melalui dua pendekatan utama yang pertama yaitu peningkatan kapasitas teknis kader, dan penguatan literasi digital berbasis nilai dan etika melalui kolaborasi strategis.

Pemahaman anggota terhadap organisasi merupakan salah satu indikator penting dalam menilai efektivitas strategi komunikasi digital PAC IPNU–IPPNU Lekok, Kabupaten Pasuruan. Tholibul Huda menjelaskan bahwa keaktifan media sosial mencerminkan keaktifan organisasi secara umum. Strategi komunikasi digital yang diterapkan PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok, Kabupaten Pasuruan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kesadaran berorganisasi anggota.

⁴⁷ Tholibul Huda , wawancara, Pasuruan, 20 November 2025 jam 14:00

Berdasarkan data lapangan, keaktifan media sosial menjadi representasi bahwa organisasi tersebut hidup dan terurus dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan data keaktifan WhatsApp grup yang mencapai 70% dari 45 anggota yang rutin berinteraksi, serta adanya 628 pengikut di Saluran Instagram yang selalu mendapatkan pembaruan informasi secara konsisten. Terkait dampak ini, Tholibul Huda selaku pengurus menjelaskan:

Dengan adanya media organisasi kita dianggap aktif. Karena organisasi bagi kita adalah rumah, maka media ini menjadi alat untuk mengindahkan dan memperbaiki rumah tersebut. Anggota yang melihat kita aktif di grup WA (yang mencapai 70% respon) atau melihat postingan di IG, jadi merasa memiliki tanggung jawab untuk ikut berkontribusi juga⁴⁸

Dampak selanjutnya adalah terciptanya ikatan emosional dan loyalitas anggota meskipun terhalang oleh jarak fisik. Media digital mampu mengatasi hambatan geografis bagi anggota yang sedang menempuh studi di luar kota agar tetap terhubung dengan visi-misi organisasi. Choiron selaku ketua IPNU menambahkan:

Media sosial sangat membantu meningkatkan rasa memiliki. Melalui Saluran Instagram yang diikuti 628 orang dan Halaman Facebook dengan 280 pengikut, anggota bisa berinteraksi, merasa diperhatikan, dan tetap terhubung dengan nilai-nilai organisasi. Mereka jadi tahu bahwa setiap kegiatan internal yang kita posting dengan rata-rata 20 likes itu adalah bagian dari identitas mereka juga" (Wawancara, 22 November 2025).⁴⁹

Secara teoretis, paparan informasi yang konsisten melalui berbagai platform digital ini memperkuat *cognitive awareness* (pemahaman rasional) dan *affective awareness* (ikatan emosional) para kader. Keberadaan media sosial yang dikelola sejak Maret 2023 ini memungkinkan terjadinya *continuous engagement*, di mana interaksi digital seperti memberikan masukan di grup WhatsApp atau memberikan *likes* di Instagram menjadi arena partisipasi baru

⁴⁸ Tholibul Huda, wawancara, Pasuruan, 21 November 2025 jam 09:00

⁴⁹ Choiron, wawancara, Pasuruan, 22 November 2025 jam 13.00

yang memperkuat struktur sosial organisasi. Dengan demikian, strategi komunikasi digital tidak sekadar menyebarkan informasi, tetapi telah berhasil mengonstruksi identitas kolektif dan solidaritas anggota PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok secara berkelanjutan.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, penelitian ini menyajikan temuan dalam bentuk pembahasan. Data yang disampaikan mencerminkan pemikiran serta berbagai permasalahan yang muncul selama penelitian. Lalu kajian teori akan dibahas pada bagian selanjutnya.

1. Strategi komunikasi digital PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok, Kabupaten Pasuruan

Strategi komunikasi digital yang dijalankan PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok sejak Maret 2023 menunjukkan adanya upaya serius dalam memanfaatkan *cyberspace* (dunia maya) sebagai media dakwah dan organisasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Rulli Nasrullah yang menyatakan bahwa komunikasi digital adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan yang terjadi melalui ruang siber, di mana internet bertindak sebagai penyedia layanan komunikasi yang efektif dan efisien melalui berbagai platform media sosial.⁵⁰ PAC IPNU-IPPNU Lekok

⁵⁰ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 11–13.

mengimplementasikan hal ini dengan membagi peran media secara terencana, yakni menggunakan WhatsApp grup, Instagram, Facebook untuk menjangkau anggota secara lebih luas dan tepat sasaran.

Dalam praktiknya, penggunaan WhatsApp grup menjadi bentuk komunikasi digital yang paling intensif karena kemudahan aksesnya sebagai penyedia layanan pesan instan yang efektif. Dengan adanya 45 anggota aktif dan tingkat partisipasi mencapai 70%, platform ini menjadi ruang siber utama bagi kader untuk berinteraksi secara *real-time*. Hal ini membuktikan teori Nasrullah bahwa internet memungkinkan terjadinya pertukaran pesan yang efisien, di mana koordinasi organisasi tidak lagi terhambat oleh jarak fisik, melainkan terintegrasi dalam satu ruang virtual yang mudah diakses setiap hari.⁵¹

Selanjutnya, pemanfaatan Instagram dan Facebook oleh PAC IPNU-IPPNU Lekok, Kabupaten Pasuruan berfungsi sebagai etalase digital yang memperkuat citra organisasi. Melalui akun Instagram yang memiliki 628 pengikut di fitur Saluran serta perolehan rata-rata 20 likes per postingan, organisasi ini telah menciptakan komunikasi visual yang mampu menarik perhatian khalayak di dunia maya. Menurut Nasrullah, penggunaan platform media sosial seperti ini merupakan langkah strategis untuk menyampaikan identitas dan visi organisasi kepada audiens yang lebih luas,

⁵¹ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 45.

sehingga pesan-pesan ke-NU-an dapat tersampaikan secara visual dan menarik bagi generasi muda.

Penerapan strategi ini juga melibatkan proses perencanaan pesan yang cukup terstruktur sebelum dilakukan penyebaran kepada anggota. Setiap konten yang akan dipublikasikan melalui media digital melalui tahap analisis terlebih dahulu untuk menentukan tujuan dan target audiens. Hal ini selaras dengan pemikiran Nasrullah bahwa dalam dunia maya, efektivitas pesan sangat bergantung pada bagaimana pesan tersebut dikemas dan dikelola secara teknis. Dengan melakukan analisis kebutuhan audiens, PAC IPNU-IPPNU kecamatan Lekok, Kabupaten Pasuruan memastikan bahwa informasi yang disampaikan melalui layanan internet benar-benar relevan dengan karakteristik kader.

Selain aspek perencanaan, organisasi menerapkan mekanisme kurasi konten yang sangat ketat untuk menjaga integritas pesan di ruang siber. Khusus untuk konten keagamaan, tim media diwajibkan merujuk pada sumber resmi Nahdlatul Ulama sebagai pedoman sebelum dipublikasikan. Tindakan ini merupakan bentuk moderasi dalam komunikasi digital agar pesan yang beredar di media sosial tetap sesuai dengan nilai-nilai moderat dan terhindar dari mis informasi. Menurut Nasrullah, ketersediaan layanan komunikasi yang luas di internet mengharuskan adanya kontrol terhadap kualitas informasi agar komunikasi yang efektif dapat tercapai tanpa menimbulkan kegaduhan di dunia maya.

Strategi ini disempurnakan dengan penggunaan instagram dan facebook untuk memproduksi konten kreatif yang lebih membangun dan menghibur seperti video pendek atau meme religi. Penemuan ini menunjukkan bahwa PAC IPNU-IPPNU Lekok, Kabupaten Pasuruan sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi digital dalam menyentuh sisi psikologis pelajar. Sesuai dengan rujukan Nasrullah, penggunaan internet sebagai penyedia layanan komunikasi yang beragam memungkinkan organisasi untuk melakukan pendekatan yang berbeda-beda sesuai karakteristik platformnya..

Terakhir, seluruh rangkaian strategi komunikasi digital ini bermuara pada penguatan organisasi di ranah digital. Konsistensi dalam mengunggah konten serta penekanan pada karakter ke-NU-an menunjukkan bahwa PAC IPNU-IPPNU Lekok, Kabupaten Pasuruan telah menjadikan komunikasi digital sebagai bagian sentral dari mekanisme pengelolaan organisasi modern. Sebagaimana dijelaskan oleh Nasrullah, ketika internet digunakan secara optimal sebagai layanan komunikasi, maka batasan-batasan fisik organisasi akan melebur ke dalam interaksi siber yang dinamis, yang pada akhirnya memperkuat eksistensi organisasi tersebut di mata anggotanya secara berkelanjutan.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Strategi Komunikasi Digital

Implementasi strategi komunikasi digital PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok didorong oleh faktor pendukung utama berupa kapasitas sumber daya manusia yang mumpuni dalam mengoperasikan layanan internet. Hal ini sejalan dengan pendapat Rulli Nasrullah yang menyatakan bahwa komunikasi digital memerlukan kecakapan teknis dalam mengelola platform media sosial agar penyampaian pesan di dunia maya dapat berjalan efektif.⁵² Ketersediaan anggota yang mahir dalam desain grafis dan penyuntingan video memungkinkan organisasi memproduksi konten yang menarik bagi pengikutnya di Instagram dan Facebook.

Faktor pendukung lainnya adalah tingginya antusiasme dan partisipasi aktif anggota dalam mendistribusikan pesan organisasi di ruang siber. Data menunjukkan bahwa WhatsApp grup menjadi penyedia layanan komunikasi yang sangat efektif dengan tingkat keaktifan mencapai 70% dari 45 anggota. Nasrullah menjelaskan bahwa kekuatan komunikasi digital terletak pada kemampuannya untuk menyebarkan pesan secara luas melalui jaringan internet. Aktivitas *re-share* yang dilakukan anggota memperluas jangkauan pesan melampaui batas fisik organisasi, menciptakan efek viral yang positif bagi citra organisasi.

⁵² Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sisioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 11–13.

Motivasi personal dari pengurus menjadi katalisator penting dalam keberhasilan komunikasi digital ini. Pengurus berperan aktif dalam membangun kultur partisipasi digital dengan cara memotivasi kader secara langsung untuk terlibat dalam konten media sosial. Menurut Nasrullah, komunikasi di dunia maya tidak akan tumbuh maksimal tanpa adanya interaksi sosial yang kuat di baliknya. Pendekatan persuasif yang dilakukan pengurus memastikan bahwa 628 pengikut di Saluran Instagram merasa terhubung secara emosional dengan setiap informasi yang dipublikasikan.

Namun, di tengah berbagai pendukung tersebut, terdapat hambatan berupa kurangnya kedisiplinan dalam menjaga ritme publikasi konten. Keterlambatan dalam mengunggah informasi kegiatan di media sosial seringkali mengakibatkan hilangnya momentum yang sangat berharga di dunia maya. Nasrullah menekankan bahwa salah satu karakteristik komunikasi digital adalah kecepatannya; jika penyampaian pesan tertunda, maka efektivitas komunikasi tersebut akan menurun. Hambatan ini menunjukkan bahwa manajemen waktu tim media menjadi faktor krusial dalam mempertahankan perhatian khalayak di tengah deras arus informasi internet.⁵³

Hambatan kedua yang ditemukan adalah adanya ketimpangan literasi digital di antara sebagian anggota organisasi. Meskipun pengikut di Facebook mencapai 280 orang, partisipasi yang tidak merata menunjukkan

⁵³ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 88–90.

bahwa tidak semua kader memiliki kesadaran yang sama akan pentingnya peran digital. Hal ini sesuai dengan pandangan Nasrullah bahwa akses terhadap internet saja tidak cukup jika tidak dibarengi dengan pemahaman etika dan pemanfaatan layanan komunikasi yang tepat. Akibatnya, sebagian potensi jangkauan organisasi di dunia maya belum teroptimalkan secara menyeluruh.⁵⁴

Untuk mengatasi hambatan tersebut, PAC IPNU-IPPNU Lekok , Kabupaten Pasuruan mengambil langkah strategis berupa peningkatan kapasitas kader melalui pelatihan teknis dan literasi digital. Pelatihan desain grafis dan manajemen media bertujuan untuk mengatasi masalah kualitas konten yang terkadang kurang menarik minat audiens. Langkah ini sejalan dengan rujukan Nasrullah mengenai pentingnya pemberdayaan pengguna internet agar mampu memproduksi pesan yang efisien. Dengan meningkatkan kompetensi teknis, organisasi berupaya meminimalisir kendala manajerial yang selama ini menghambat kelancaran komunikasi di *cyberspace*.

Terakhir, kolaborasi dengan lembaga eksternal seperti Diskominfo dalam penguatan literasi digital berbasis nilai menjadi solusi jangka panjang bagi organisasi. Upaya ini memastikan bahwa komunikasi digital yang dibangun PAC IPNU-IPPNU Lekok, Kabupaten Pasuruan tetap berada pada koridor etika dan identitas ke-NU-an yang kuat. Sebagaimana dijelaskan

⁵⁴ Rulli Nasrullah, *Literasi Digital: Teori dan Praktik dalam Masyarakat Informasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2021), hlm. 27–30.

oleh Nasrullah, komunikasi digital yang efektif bukan hanya soal kecanggihan teknologi, melainkan bagaimana integritas pesan tetap terjaga di dunia maya. Sinergi antara kapasitas teknis dan penguatan nilai ini menjadi fondasi utama bagi PAC IPNU-IPPNU Lekok untuk menghadapi tantangan komunikasi di era masa depan.

Implementasi strategi komunikasi digital PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok memberikan dampak signifikan dalam mengonstruksi kesadaran berorganisasi anggota melalui ruang siber. Hal ini sesuai dengan rujukan Rulli Nasrullah yang menyatakan bahwa komunikasi digital melalui internet merupakan penyedia layanan komunikasi yang efektif dan efisien, di mana penyampaian pesan di dunia maya dapat memengaruhi pola pikir dan perilaku di dunia nyata. Kehadiran organisasi di berbagai platform media sosial menciptakan representasi bahwa organisasi tersebut eksis dan aktif, sehingga menumbuhkan kepercayaan kader terhadap kredibilitas pimpinannya.

Dalam ranah koordinasi, penggunaan WhatsApp Grup yang memiliki 45 anggota aktif dengan tingkat partisipasi mencapai 70% membuktikan efektivitas internet dalam membangun *cognitive awareness*. Menurut Nasrullah, komunikasi digital memungkinkan pertukaran pesan terjadi secara cepat di *cyberspace*, yang dalam penelitian ini berdampak pada meningkatnya pemahaman anggota mengenai agenda dan arah gerak organisasi. Anggota tidak lagi merasa tertinggal informasi karena layanan

komunikasi internet menyediakan akses data yang dapat dijangkau kapan saja dan di mana saja.

Dampak selanjutnya terlihat pada penguatan *affective awareness* atau keterikatan emosional anggota melalui akun Instagram yang memiliki 628 pengikut di fitur Saluran. Dengan rata-rata perolehan 20 likes pada setiap postingan kegiatan internal, muncul rasa bangga dan identitas kolektif di kalangan kader. Sebagaimana dijelaskan oleh Nasrullah, media sosial bukan sekadar alat informasi, tetapi ruang interaksi yang efisien untuk membangun relasi. Hal ini membuat anggota merasa menjadi bagian integral dari organisasi meskipun tidak selalu hadir secara fisik dalam setiap kegiatan.⁵⁵

Penggunaan Facebook dengan 280 pengikut juga memberikan dampak pada terjaganya memori kolektif dan sejarah organisasi di dunia maya. Bagi kader senior dan alumni, layanan internet ini menjadi wadah untuk tetap memantau perkembangan organisasi secara efisien. Nasrullah menekankan bahwa komunikasi digital yang tersimpan dalam sistem internet dapat menjadi arsip yang efektif, yang dalam hal ini berfungsi untuk memperkuat legitimasi PAC IPNU-IPPNU Lekok , Kabupaten Pasuruan di mata lintas generasi anggota.

Strategi yang dibangun sejak Maret 2023 ini juga berhasil mengatasi hambatan geografis bagi anggota yang sedang berada di luar daerah.

⁵⁵ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 35–37

Komunikasi melalui *cyberspace* memungkinkan terciptanya solidaritas digital yang melampaui batasan fisik. Nasrullah menyebutkan bahwa efisiensi internet sebagai penyedia layanan komunikasi terletak pada kemampuannya menembus ruang dan waktu, yang dalam temuan ini terbukti mampu menjaga loyalitas kader yang merantau agar tetap memiliki tanggung jawab terhadap organisasi di daerah asalnya.

Terakhir, seluruh dampak ini bermuara pada terbentuknya ekosistem organisasi yang modern dan adaptif di era digital. Kesadaran berorganisasi tidak lagi hanya dibangun melalui pertemuan tatap muka, tetapi diperkuat melalui interaksi berkelanjutan di berbagai layanan media sosial. Sebagaimana ditegaskan oleh Nasrullah, komunikasi digital yang dikelola secara strategis akan menciptakan pola komunikasi yang efektif dan efisien, yang pada akhirnya menjadikan PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok, Kabupaten Pasuruan sebagai organisasi yang tangguh dan memiliki kader-kader yang sadar akan identitas ideologisnya di tengah arus digitalisasi

Dengan demikian, strategi komunikasi digital PAC IPNU-IPPNU Lekok, Kabupaten Pasuruan tidak hanya membantu menyebarkan informasi, tetapi juga mengonstruksi kesadaran berorganisasi melalui proses penguatan nilai, pembentukan identitas kolektif, serta peningkatan keterhubungan emosional anggota. Dampak ini memperlihatkan bahwa media digital telah menjadi bagian sentral dari mekanisme pengelolaan organisasi modern, terutama dalam konteks organisasi kepemudaan yang dinamis dan adaptif terhadap perkembangan teknologi

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok, dapat disimpulkan bahwa strategi tersebut dijalankan melalui serangkaian tahapan yang terencana dan sistematis, meliputi perencanaan tujuan, pemilihan media, serta produksi dan kurasi konten. Secara fundamental, organisasi telah menetapkan tujuan komunikasi yang tidak hanya berorientasi pada penyebaran informasi semata, melainkan juga difokuskan pada upaya pembangunan citra atau branding organisasi serta penanaman ideologi kepada anggota . Dalam pelaksanaannya, organisasi menerapkan pendekatan multi-platform dengan pembagian peran yang spesifik, di mana WhatsApp Grup digunakan sebagai saluran komunikasi internal yang intensif dengan tingkat partisipasi mencapai 70%, sementara Instagram dan Facebook difungsikan sebagai etalase digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk generasi Z dan alumni . Selain itu, strategi konten dikembangkan secara variatif mulai dari materi keagamaan, informasi kegiatan, hingga konten hiburan yang relevan dengan psikologis pelajar, disertai dengan mekanisme kurasi ketat yang merujuk pada sumber resmi Nahdlatul Ulama untuk menjaga integritas pesan .

Keberhasilan implementasi strategi komunikasi digital ini didukung oleh beberapa faktor utama, yakni ketersediaan sumber daya manusia yang

mumpuni dalam bidang desain grafis dan manajemen media, serta tingginya antusiasme anggota dalam mendistribusikan ulang konten organisasi secara organik. Dukungan motivasi personal dari pengurus juga berperan penting dalam membangun kultur partisipasi digital yang kuat. Meskipun demikian, terdapat faktor penghambat yang perlu diperhatikan, yaitu kurangnya kedisiplinan dalam manajemen waktu tim media yang seringkali menyebabkan keterlambatan publikasi sehingga momentum kegiatan hilang, serta adanya ketimpangan literasi digital di kalangan anggota. Hambatan-hambatan tersebut direspons oleh organisasi melalui langkah strategis berupa pelatihan teknis desain grafis dan kolaborasi penguatan literasi digital.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, penulis berupaya memberikan saran dan masukan terkait strategi komunikasi digital pac ipnu kecamatan lekong dalam meningkatkan komunikasi beranggota.

1. Bagi Pengurus PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekong

- a. Penerapan SOP Manajemen Waktu dan Publikasi (*Real-Time Publishing*) Mengingat hambatan utama yang ditemukan adalah keterlambatan publikasi (*delay publishing*) yang menyebabkan hilangnya momentum kegiatan, disarankan agar Departemen Media menetapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang lebih disiplin. SOP ini dapat berupa penetapan tenggat waktu maksimal pengunggahan dokumentasi (misalnya maksimal 3 jam setelah acara

selesai) untuk menjaga aktualitas informasi di mata algoritma media sosial dan audiens..

- b. Optimalisasi perencanaan konten untuk mengatasi inkonsistensi dan menjaga kualitas konten agar tetap menarik bagi anggota muda, disarankan membuat matriks kalender konten mingguan. Jadwal ini harus menyeimbangkan komposisi antara konten formal organisasi, konten religius (Aswaja), dan konten hiburan (*meme* edukatif) yang terbukti efektif memanipulasi algoritma melalui jalur hiburan.
 - c. Peningkatan kompetensi analisis data digital meskipun saat ini evaluasi dilakukan berdasarkan *likes* dan respons grup *WhatsApp* secara manual, pengurus disarankan mulai memanfaatkan fitur *Professional Dashboard* atau *Insights* pada *Instagram* dan *Facebook* secara mendalam. Data statistik ini penting untuk membaca jam aktif audiens (anggota) sehingga waktu posting bisa lebih presisi dan meningkatkan keterlibatan.
2. bagi Kader dan Anggota (Edukasi & Literasi) Secara praktis, penelitian ini menyadarkan anggota bahwa aktivitas di media sosial (seperti *like*, *comment*, *share*) bukan sekadar hiburan, melainkan bentuk partisipasi dan kontribusi nyata dalam membesarkan organisasi. Hal ini mendorong anggota untuk lebih aktif melakukan komunikasi digital dan menjadi agen *branding* organisasi yang militan di ruang maya .

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyi, Hithna Rohadatul, Hisyam Naufan Maulana, dan Nehru Millat Ahmad. 2023. "Strategi IPNU dan IPPNU dalam menghadapi tantangan generasi muda di era digital: kegiatan keagamaan sebagai solusi." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 2: 161–171.
- Arif Rachman, et al. 2024. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Saba Jaya Publisser.
- Astaburuaga H., María Isabel, dkk. 2025. *Peran Dakwah Digital dalam Menanamkan Kesadaran Beragama bagi Remaja Generasi Z*. Miftahul Ilmi.
- Dewi, Indah Ratna, dan Willy Bachtiar. 2025. "Strategi Komunikasi Digital Melalui Produksi Konten Video Oleh Content Creator di Redaksi Suara.com." *Jurnal Kolaboratif Sains* 8, no. 5: 2517–2531.
- Fleisher, L. G., dan M. D. Bensoussan. 2015. *Strategic and Competitive Analysis: Methods and Techniques for Analyzing Business Competition*. Prentice Hall.
- Goldhaber, G. M. 1993. *Organizational Communication*. Dubuque, IA: Brown & Benchmark.
- Gushevinalti, Gushevinalti, Panji Suminar, dan Heri Sunaryanto. 2020. "Transformasi Karakteristik Komunikasi di Era Konvergensi Media." *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 6, no. 01: 97–98.
- Katz, D., dan R. L. Kahn. 1978. *The Social Psychology of Organizations* (2nd ed.). New York: Wiley.
- Nasrullah, Rulli. 2021. *Manajemen Komunikasi Digital*. Jakarta: Kencana.
- Pace, R. W., dan D. F. Faules. 2013. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pamungkas, Deva Satria, Indra Bahari Saputra, dan April Laksana. 2024. "Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen." *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi* 1, no. 6: 88–94.
- Pohan, Desi Damayani, dan Ulfi Sayyidatul Fitria. 2021. "Jenis-Jenis Komunikasi." *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies* 2, no. 3: 31.
- Rani, Samsul. 2023. *Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer*. Al-Mikraj

Rofana, Harfia Wudda, dan Mutrofin. (t.t.). “Strategi Komunikasi Islam dalam Meningkatkan Karakter Religius Remaja PAC IPNU-IPPNU di Kecamatan Wates.” *QAULAN: Journal of Islamic Communication*.

Rosalia, Dian. 2025. “Strategi Komunikasi Digital dalam Pemasaran: Studi Peran Media Sosial dalam Keputusan Pembelian Konsumen.” *Jurnal EMT KITA* 9, no. 2: 488–499. doi:10.35870/emt.v9i2.3851.

Septyawan, Dimas, Fadia Dwi Saputra, dan Alif Herdiansyah. 2025. “Strategi Komunikasi Dakwah Digital di Kalangan Santri.” *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 6, no. 7: 111–120. doi: 10.6578/triwikrama.v6i7.9756.

Sokowati, Muria. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Supatra, I Wayan, I Wayan Wirata, dan I Wayan Sumertha. 2025. “Strategi Komunikasi Digital Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Akan Proses Pendaftaran Merek di Kementerian Hukum dan HAM NTB.” *Jurnal Intelek Insan Cendikia* 2, no. 5.

Ul Haq, Ihsan. 2024. *Ramadhan Momentum Transformasi Dakwah Digital sebagai Upaya Membangun Kedigdayaan Islam*. Al-Wasathiyah.



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

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M.NASIHIN
 NIM : 211103010043
 Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
 Fakultas : Dakwah
 Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini saya menyatakan bahwa hasil penelitian ini sepenuhnya bebas dari unsur plagiasi terhadap karya penelitian maupun karya ilmiah orang lain, kecuali yang secara tertulis telah dikutip dalam makalah serta dicantumkan pada sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti terdapat unsur plagiasi dan ada klaim dari pihak lain, saya bersedia mempertanggungjawabkannya serta diproses sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Jember, 26 November 2025
 Saya yang menyatakan



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

Matrix penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi komunikasi digital PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok dalam meningkatkan kesadaran beranggota	Strategi komunikasi digital	1. Strategi komunikasi digital 2. Faktor pendukung dan penghambat implementasi strategi komunikasi digital 3. Dampak strategi komunikasi digital .	1. Pengertian Strategi komunikasi digital a. Perencanaan Strategi Komunikasi Digital b. Pemilihan media digital c. Konten dan pesan komunikasi 2. Faktor pendukung dan penghambat a. apa faktor pendukung dari strategi komunikasi digital b. apa afaktor penghambat dari strategi komunikasi digital 3. Dampak strategi komunikasi digital . a. Pemahaman anggota tentang organisasi b. Perubahan sikap dan partisipasi	1. Data Primer: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 2. Data Sekunder: a. Buku b. Jurnal c. Artikel d. Internent	1. Pendekatan penelitian: Kualitatif deskriptif 2. Teknik pengumpulan data: Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi 3. Analisis data: pengumpulan data, reduksi data, dan penyajian data 4. Keabsahan data: Triangulasi Sumber	1. Bagaimana strategi komunikasi digital yang di lakukan oleh PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi anggota ? 2. Apa saja faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat implementasi strategi komunikasi digital PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Lekok dalam membangun kesadaran berorganisasi anggota?



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://idakwah.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B. 5660 /Un.22/D.3.WD.1/PP.00.9/ 10 /2025 16 Oktober 2025
Lampiran : -
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth.

PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : M.NASIHIN
NIM : 211103010043
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Semester : IX (sembilan)

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 komunikasi digital PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok dalam meningkatkan kesadaran berorganisasi anggota"

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,
Udin Yusuf





**PIMPINAN ANAK CABANG
IKATAN PELAJAR NAHDLATUL ULAMA
IKATAN PELAJAR PUTRI NAHDLATUL ULAMA
KECAMATAN LEKOK**

Rumah NU, Jalan Kabupaten 9 Km. 5 Lekok Pasuruan 67186 Jawa Timur
087761920773/0822338778
pacipnuippnulekok3@gmail.com

SURAT KETERANGAN
131/PAC/B/7354-7455/X/XII/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Choiron
Jabatan : Ketua PAC IPNU Kecamatan Lekok
Nama : Fika Rochmawati
Jabatan : Ketua PAC IPPNU Kecamatan Lekok

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : M. Nasihin
NIM : 211103010043
Program studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Fakultas Dakwah
Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian di PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok untuk memperoleh data dalam menyusun skripsi

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.
Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih

Pasuruan, 24 November 2025

**PIMPINAN ANAK CABANG
IKATAN PELAJAR NAHDLATUL ULAMA
IKATAN PELAJAR PUTRI NAHDLATUL ULAMA
KECAMATAN LEKOK**

M. CHOIRON
Ketua IPNU

FIKA ROCHMAWATI
Ketua IPPNU

PEDOMAN WAWANCARA

1. Strategi Komunikasi Digital PAC IPNU IPPNU

a) Perencanaan Strategi Komunikasi Digital

- 1 Bagaimana perencanaan komunikasi digital yang dilakukan oleh PAC IPNU IPPNU sebelum menyampaikan pesan kepada anggota?
- 2 Apa tujuan utama dari penggunaan media digital dalam kegiatan organisasi?

b) Pemilihan Media Digital

- 1 Platform digital apa saja yang digunakan untuk berkomunikasi dengan anggota (misalnya WhatsApp, Instagram, TikTok, YouTube, dll.)?
- 2 Mengapa platform tersebut yang dipilih? Apakah didasarkan pada karakteristik anggota atau efektivitas komunikasi?

c) Konten dan Pesan Komunikasi

- 1 Jenis konten apa yang biasanya dibuat untuk menarik minat anggota (edukatif, keagamaan, kegiatan organisasi, hiburan, dll.)?
- 2 Bagaimana cara organisasi memastikan pesan digital tetap sesuai dengan nilai-nilai ke-NU-an dan keorganisasian?

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Strategi

Komunikasi Digital

a) Faktor Pendukung

- 1 Apa saja faktor yang mendukung kelancaran komunikasi digital di organisasi?
- 2 Bagaimana peran pengurus dalam memotivasi anggota agar aktif di media digital organisasi?

b) Faktor Penghambat

- 1 Apa kendala utama yang dihadapi dalam menjalankan strategi komunikasi digital?

- 2 Bagaimana cara organisasi mengatasi tantangan seperti rendahnya partisipasi anggota atau konten yang tidak menarik?

3. Dampak Strategi Komunikasi Digital terhadap Kesadaran Berorganisasi

a) Pemahaman Anggota tentang Organisasi

- 1 Apakah media sosial membantu meningkatkan rasa memiliki terhadap organisasi?
- 2 Bagaimana pengaruh komunikasi digital terhadap semangat keaktifan anggota dalam kegiatan offline?

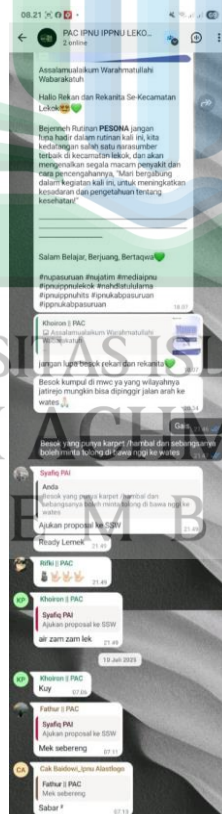
b) Perubahan Sikap dan Partisipasi

- 1 Bagaimana perubahan pola komunikasi antara pengurus dan anggota sejak penggunaan media digital?
- 2 Menurut Anda, apakah komunikasi digital efektif dalam membangun solidaritas dan tanggung jawab anggota?

DOKUMENTASI



Postingan Instagram PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok



Komunikasi internal whatsapp grup PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok



wawancara dan observasi dengan ketua, pengurus/ anggota dan
departemen media PAC IPNU IPPNU Kecamatan Lekok



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

BIODATA PENULIS



Nama : M. NASIHIN
 Tempat, Tanggal Lahir : Pasuruan, 15 Juli 2002
 Jenis Kelamin : Laki – Laki
 Alamat : Dsn. Krajan 1, RT.01/RW.01,
 Ds.Pasinan, Kec. Lekok, Kab. Pasuruan
 Prodi/Fakultas : Komunikasi Penyiaran Islam/Dakwah
 Agama : Islam
 Email : nasihinnahawand@gmail.com
 Riwayat Pendidikan : TK NU Lekok
 SD NU Lekok
 Mts NU lekok
 Manu lekok
 Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad
 Siddiq Jember