

PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH

(Studi Pada Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin

Pabuwaran Purwokerto Utara)



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

NIMAS MAULIDA ZULFA

1917102054

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM

FAKULTAS DAKWAH

UIN PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI

PURWOKERTO

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nimas Maulida Zulfa
NIM : 1917102054
Jenjang : S-1
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul **Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, bukan dibuatkan oleh orang lain, bukan saduran, juga bukan terjemahan. Hal-hal yang bukan karya peneliti yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terbukti ada ketidakbenaran di pernyataan saya, maka saya akan bertanggung jawab.

Purwokerto, 20 Juni 2023

Penulis,



Nimas Maulida Zulfa

NIM. 1917102054



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara)

Yang disusun oleh **Nimas Maulida Zulfa** NIM 1917102054 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Rabu, 05 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial dalam Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Prof. Dr. H. Abdul Wachid., S.S., M.Hum
NIP. 196610072000031002

Sekretaris Sidang/Penguji II

Atipa Muji, M.Kom

Penguji Utama

Uus Uswatusolihah, MA
NIP. 19773042003122001

Mengesahkan,

Purwokerto, 26 Juli 2023

Dekan,



Dr. Abdul Basit, M.Ag.
NIP. 19691219 199803 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi, maka kami sampaikan bahwa naskah skripsi saudara:

Nama : Nimas Maulida Zulfa
NIM : 1917102054
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Judul : **Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara)**

Telah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Demikian atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 20 Juni 2023

Pembimbing,



Prof. Dr. H. Abdul Wachid BS., S.S., M.Hum

NIP. 196610072000031002

**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH
(STUDI PADA PONDOK PESANTREN AL-QUR'AN AL-AMIN
PABUWARAN PURWOKERTO UTARA)**

Nimas Maulida Zulfa

NIM. 1917102054

Email: nimaszulfa@gmail.com

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Di era 4.0 saat ini, syiar pesantren tidak hanya dilakukan secara manual dengan berpidato di pesantren atau mendatangi tempat-tempat dakwah. Namun, syiar pesantren saat ini diadaptasikan dengan perkembangan teknologi, terutama melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengelolaan media sosial sebagai media dakwah pada Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang menggambarkan gejala-gejala dari objek yang diteliti sesuai dengan fakta yang ada. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam melakukan pengelolaan media sosial tim media kominfo Al-Amin melakukan tiga tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Kunci: Pengelolaan, Media Sosial.

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S. Al-Insyirah, 94:5-6)

“Berjuanglah, hal yang indah tidak didapat dengan mudah.

Dan ingatlah Allah yang memberi Kemudahan dan Keindahan”

(Abah Mukti)

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda”

(Papa Brando Windah Basudara)



PERSEMBAHAN

Persembahan ini khusus saya dedikasikan untuk orang-orang yang sangat berarti dalam hidup saya, kepada orang-orang yang selalu memberikan dukungan, cinta, dan inspirasi sepanjang perjalanan penulisan skripsi ini.

1. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Tugino dan Ibu Widarti Karsini yang tanpa henti memberikan kasih sayang, dorongan, dan doa untuk kesuksesan penulis. Terima kasih karena selalu menjadi tiang yang kokoh dan memberikan segala yang terbaik untuk penulis. Segala upaya dan pengorbanan kalian tidak perah saya anggao mudah.
2. Almamater, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Akhir kata, persembahan ini tidak akan lengkap tanpa ucapan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, hidayah, dan berkah-Nya yang telah melimpahkan dalam hidup saya. Semoga persembahan ini dapat menjadi wujud syukur dan pengabdian kepada-Nya. Saya mengharapkan agar penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi banyak orang. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan dunia akademik. Terima kasi kepada semua pihak yang telah berperan dalam perjalanan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Alhamdulillah Rabbil 'alamin, segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, karunia, kasih sayang, dan limpahan taufik serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Pondok Pesantren Al-Qur’an Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara).” Sholawat serta salam senantiasa tetap tercurah limpahkan kepada baginda Nabi Agung Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat dan seluruh pengikutnya yang mendapat syafaatnya di hari akhir nanti. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam waktu penulisan banyak mengalami kesulitan serta hambatan. Pada kesempatan ini penulis akan menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi serta memberikan dedikasinya untuk memberikan dukungan baik moril maupun material kepada penulis. Penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M. Ag., selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. H. Dr. Abdul Basit, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Ibu Uus Uswatussholihah, M.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam serta selaku Pembimbing Akademik (PA) yang sudah memberikan banyak masukan, bimbingan serta arahan.
4. Bapak Dedi Riyadin Saputro, M.I.Kom., selaku Koordinator Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Prof. Dr. H. Abdul Wachid Bambang Suharto, S.S., M.Hum., selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengoreksi, memotivasi dan memberikan semangat buat menuntaskan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Dosen dan staff administrasi Fakultas Dakwah yang telah membantu dalam memberikan pelayanan terbaik.

7. Bapak Tugino dan Ibu Widarti Karsini tercinta, mereka adalah orang tua yang hebat, selalu menjaga penulis dalam doa-doanya dan memberikan semangat serta motivasi kepada penulis selama berada di bangku kuliah sampai sekarang ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
8. Kepada kedua adikku tersayang, Ilyas Arrohmani dan Bintang Ayudya. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat, doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis dengan sepenuh hati. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat adik-adiku.
9. Abah Drs. K.H. Muhammad Ibnu Mukti M.Pdi. dan ibu Nyai Dra. Permata Ulfah, M.Si, Ak., CA selaku Pengasuh Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran yang selalu membimbing, menasehati dan mendidik penulis dengan kesabaran, ketegasan dan segala kerendahan hati.
10. Terima kasih kepada teman kamar Hafsa dan KB lantai 3 kamar 12 VIP terutama Ana Uswatun, Hana Maliha, Afri Damayanti, Quni Zulaikha, Fatmawati, Ana Fitrotul yang selalu memberikan dukungan dan kata-kata penyemangat serta membantu penulis dan menjadi tempat berkeluh kesah.
11. Terima kasih kepada pemilik NIM 1917102014 sebagai partner spesial penulis. Terima kasih telah menjadi partner dalam segala hal baik, selalu menemani, meluangkan waktunya, mendukung penulis dalam kesedihan dan dalam keadaan senang. Terimakasih telah bersedia selalu ada untuk penulis dan semoga tetap selalu ada untuk penulis dan naik level menjadi *partner in my life*.
12. Teman-teman KPI B 2019 yang telah berjuang bersama saling mendukung satu sama lain dan mendoakan untuk menyelesaikan sampai akhir dari perkuliahan. Sukses selalu untuk kita semua.
13. Kepada Tim Kominfo Al-Amin yang selalu membantu dan memeberikan saya pengalaman selama ikut bergabung dalam Tim Kominfo maupun saat saya melakukan penelitian ini. Terima kasih telah menjadi bagian dalam perjalanan hidup penulis.
14. Kepada teman-teman santri angkatan 2019, teman-teman pengurus pondok putri 2019 terima kasih banyak telah berjuang bersama saling mendukung satu sama lain dan mendoakan untuk menyelesaikan skripsi hingga akhir.

15. Kepada anggota grup Buang Sampah, grup Brighth.Project, grup Hayoo apa, grup Mboh, grup Anjangsini yang sudah menjadi teman bertukar pikiran, berkeluh kesah, saling memotivasi, memberikan pengalaman dan saling membantu. Penulis senang memiliki teman, keluarga, sahabat seperti kalian.
16. Kepada temanku Rahayu Setiawati yang selalu nanya kapan aku sidang, terimakasih masih setia bertanya seperti namamu setiawati. Terima kasih selalu memberikan penulis motivasi lebih untuk segera menyelesaikan jenjang pendidikan strata satu ini.
17. Terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan motivasi, do'a serta dukungan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Dengan demikian mengajak pembaca untuk menyampaikan kritik dan saran yang membentuk untuk penyempurnaan kualitas penulis dimasa depan.

Purwokerto, 20 Juni 2023

Penulis



Nimas Maulida Zulfa

NIM. 1917102054

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Kajian Pustaka	8
G. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Pengelolaan Media Sosial	13
1. Pengertian Pengelolaan.....	13
2. Ciri-Ciri Manajemen	16
3. Fungsi Manajemen	16
B. Dakwah	20
1. Pengertian Dakwah	20
2. Unsur Dakwah	21
C. Media Sosial.....	26
1. Definisi Media Sosial	26
2. Jenis Media Sosial	27
3. Peran dan manfaat media sosial	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30

A. Jenis Penelitian	30
B. Subjek dan Objek Penelitian	31
C. Sumber Data	31
D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Teknik Analisis Data	33
F. Keabsahan Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Hasil Penelitian: Komunikasi dan Informasi (Kominfo) Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran.....	36
1. Sejarah Kominfo Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara.....	36
2. Struktur Organisasi Kominfo	38
B. Pembahasan.....	42
1. Perencanaan Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara.	49
2. Pelaksanaan Pengelolaan Media Sosial sebagai Media Dakwah di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara.	54
3. Evaluasi Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah Di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara.	58
4. Analisis Data	60
BAB V PENUTUP	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 *ScreenShoot* tampilan halaman depan akun Instagram @ppqalaminpabuwaran
- Gambar 2 *Screenshot* akun Instagram untuk hasil produk konten *dawuh abah*
- Gambar 3 *Screenshoot* akun Instagram hasil dari produk konten *quotes*
- Gambar 4 *Screenshoot reels* akun @ppqalaminpabuwaran produk konten video pesan dakwah
- Gambar 5 *Screenshoot* akun Instagram @ppqalaminpabuwaran tips dan trik, pengetahuan.
- Gambar 6 *Screenshoot reels* akun Instagram @ppqalaminpabuwaran
- Gambar 7 *Screenshoot* tampilan akun youtube Al-Amin Pabuwaran Official
- Gambar 8 *Screenshoot* tampilan daftar kultum Ramadhan dan Kalam Jum'at dari akun Al-Amin Pabuwaran Official
- Gambar 9 *Screenshoot* tampilan feed Instagram akun @ppqalaminpabuwaran



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi, kemajuan teknologi komunikasi sangat memengaruhi kehidupan dunia. Kehadiran teknologi komunikasi membuat aktivitas manusia semakin mudah, terutama dalam hal komunikasi dan intraksi antar manusia. Kehidupan modern menuntut mobilitas tinggi, kemudahan berkomunikasi, pola hidup yang mudah, dan multitasking. Selain itu, kemajuan dalam teknologi komunikasi telah menyebabkan munculnya berbagai alat komunikasi yang semakin canggih, seperti smartphone dan internet.

Salah satu produk dari teknologi internet itu sendiri ialah media sosial mulai dari blog, facebook, twitter, instagram, line, whatsapp, tiktok, dan lain-lain. Disadari atau tidak kini media sosial tidak terpisahkan dari realitas kehidupan sehari-hari dan sudah menjadi kebutuhan primer yang sulit untuk ditinggalkan. Hal ini karena sifat *desantralized* yang membuat para penggunanya aktif tidak hanya menerima pesan, berita, informasi, tetapi juga ikut menyebarluaskan informasi tersebut kepada pengguna media sosial lainnya. Selain itu, tingginya *intraktivitas* media sosial memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan siapapun tanpa ada jangkauan ruang dan waktu.¹

Jarak tidak lagi menjadi hambatan untuk saling berkomunikasi bahkan kini yang jauh seakan sangat dekat dengan kita selayaknya kita berkomunikasi secara tatap muka. Marchall Mc Luhan telah memprediksi bahwa yang memainkan peran penting dalam tatanan sosial dan budaya baru adalah teknologi informasi. Selain itu, perubahan yang terjadi dari media cetak ke media elektronik merubah pandangan masyarakat bahwasanya waktu, jarak, dan tempat tidak lagi menjadi hambatan untuk berkomunikasi tetapi kini dengan adanya teknologi informasi komunikasi melampaui ruang dan waktu.²

¹ Apriadi Tamburaka. Literasi Media, Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa. (Jakarta: Rajawali Pers. 2013) Hlm. 20.

²Sri Hadijah Arnus, "Dakwah yang Berliterasi Media: Upaya Deradikalisasi Di Lingkup Kampus IAIN Kediri," *Journal Of Social-Regional Research* Vol 2, No 2 (Oktober 2017). hlm. 120

Dalam perkembangan teknologi, peningkatan penggunaan media sosial juga dirasakan oleh Indonesia. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Sebagai informasi, tren penetrasi internet di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2019-2020, penetrasi internet di Tanah Air mencapai 73,7% dan kembali meningkat pada tahun 2021-2022 mencapai 77,02% dan berada di angka 80% di tahun 2022-2023.³ Tentunya dengan tingginya angka penetrasi internet di Indonesia, bisa dikatakan bahwa orang Indonesia semakin melek dengan internet.

Dengan hadir dan berkembangnya teknologi digital pada dewasa ini tentunya memberikan perubahan dan dampak yang sangat signifikan pada dunia perpolitikan, perekonomian, sosial budaya bahkan terhadap dunia dakwah. Seiring berjalannya waktu proses berdakwah mengalami perubahan yang sangat signifikan, kini dakwah lebih efektif dan efisien dengan dinamisasi media sebagai sarana penunjang. Perkembangan dakwah tidak hanya pada ranah metode, Teknik berdakwah juga mengalami perkembangan, perubahan, dan modifikasi yang cukup signifikan. Hal ini tidak lain karena manusia sebagai pelaku dakwah mau tidak mau pada akhirnya akan terbawa masuk pada wilayah pemanfaatan teknologi sebagai media dakwah.

Dakwah sendiri menurut Islam memiliki arti seruan kebaikan yang dilakukan secara terus menerus dengan cara dan tujuan tertentu. Dakwah merupakan sebuah ajakan atau panggilan untuk menyeru mengajak orang untuk melakukan kebaikan, mengerjakan yang ma'ruf dan mencegah dari kemungkaran

³ Dikutip dari: <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,sebanyak%20210%2C03%20juta%20pengguna> diakses pada Sabtu, 08 Juli 2023 pukul 13.18 WIB.

dan dilakukan dengan damai, lembut, konsisten dan penuh dengan komitmen.⁴ Seperti dalam firman Allah Q.S. Ali 'Imran ayat 104:

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang mungkar. Merekalah orang-orang yang beruntung.”

Dalam menghadapi era informasi ini, Hasan Bisri menawarkan tiga strategi dakwah, *pertama*, menyangkut masalah muatan (*content*). Derasnya arus informasi membawa konsekuensi tersendiri bagi manusia pasca modern. Ciri kemandirian dan individualisme telah menyeret mereka ke dalam gaya hidup yang teralienasi dari akar-akar spiritualisme dan ketuhanan. Konten dakwah harus tampil menjadi obat mujarab bagi penyakit ketenangan jiwa manusia. *Kedua*, format dakwah tidak lagi mengandalkan kemampuan retorika oral maupun kehalusan budi pekerti. *Ketiga*, kecenderungan korporasi di segala bidang, maka misi dakwah bisa diorganisasikan sebuah lembaga yang memiliki program khusus di bidang dakwah.⁵

Hadirnya teknologi digital juga akan memberikan suatu dampak terhadap pola pesantren serta pola hubungan pesantren dengan masyarakat. Kehadiran pondok pesantren di tengah-tengah masyarakat tidak hanya sebagai lembaga pendidikan, tetapi juga sebagai lembaga penyiaran agama dan sosial keagamaan. Sebagai lembaga penyiaran agama pesantren melakukan kegiatan dakwah dikalangan masyarakat, dalam artian melakukan aktivitas menumbuhkan kesadaran beragama untuk melaksanakan ajaran-ajaran Islam secara konsekuen sebagai pemeluk agama Islam. Kemudian sebagai lembaga sosial pesantren ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah sosial yang dihadapi masyarakat.⁶

Di era 4.0 saat ini, syiar pesantren tidak hanya dilakukan secara manual dengan berpidato di pesantren atau mendatangi tempat-tempat dakwah. Namun, syiar pesantren saat ini diadaptasikan dengan perkembangan teknologi, terutama

⁴ Bambang S Ma'rifat. *Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi*. (Bandung: PT. Simbiosis Rekatama Media 2010) 22.

⁵ Hasan Bisri, *Filsafat Dakwah*, (Surabaya: Dakwah Digital Press, 2017) 132-134.

⁶ Zulhimma, *Dinamika Perkembangan Pondok Pesantren di Indonesia*, Jurnal Darul 'Ilmi Vol 01. No. 02 (2013), 163

melalui media sosial.⁷ Pesantren yang memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah atau media pembelajaran akan lebih mudah mengakses berbagai informasi yang lebih luas lagi. Selain itu, dengan adanya teknologi digital para kyai dan santri bisa menyampaikan ide dan gagasan serta pendapat keagamaan kepada masyarakat luas. Media sosial yang dikelola dengan baik, akan berdampak positif terhadap pengembangan pesantren.

Salah satu pesantren yang mengelola syiar dakwahnya melalui media sosial adalah Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran, Purwokerto Utara. Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin merupakan salah satu pondok pesantren yang berada di kaki Gunung Slamet Kecamatan Purwokerto Utara Kabupaten Banyumas. Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin didirikan oleh KH. Ibnu Mukti pada tahun 1994. Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin dalam proses pembelajarannya lebih menitikberatkan pada kajian Al-Qur'annya. Meskipun begitu Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin ini bukan hanya mempelajari Al-Qur'an saja tetapi dalam proses pembelajarannya juga memadukan metode pesantren salaf dengan pesantren modern. Hal ini bertujuan untuk mencetak santri yang Islami dan intelektual sehingga para santri mampu menghadapi era globalisasi.

Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin dalam menghadapi era digital ini berusaha mendidik para santrinya supaya memiliki kemampuan dalam penggunaan media sosial. Adapun beberapa bentuk pemanfaatan media sosial di lingkungan pondok pesantren ialah sebagai media pembelajaran dan media dakwah pesantren. Dalam menindaklanjuti hal tersebut, di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran kini sudah terbentuk sebuah tim media yang bernama Kominfo Al-Amin. Kominfo Al-Amin sendiri merupakan sebuah badan independen yang mengelola akun resmi media sosial Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin. Selain itu, dibentuknya Kominfo Al-Amin bertujuan untuk mengembangkan bakat dan minat santri dibidang media.

⁷ Muhammad Farid Ilhamuddin, dkk., *Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Humas Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Mojo Kediri*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 01 No. 02 (2021), 90

Dalam mengkomunikasikan aktivitas pesantren, Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin memiliki beberapa akun media sosial diantaranya yaitu facebook dan instagram dengan nama @ppqalaminpabuwaran, youtube dengan nama akun Al-Amin Pabuwaran Official dan nama blogspot alaminkominfo.blogspot.com. Seluruh media tersebut saling terintegrasi dalam mengkomunikasikan informasi-informasi penting pesantren.

Mengingat adanya kebijakan pondok untuk memperbolehkan santrinya membawa *smartphone* dalam kesehariannya. Hal ini tentunya menjadikan santri lebih leluasa mengakses *smartphone* tersebut untuk berkomunikasi dan berinteraksi di media sosial, selagi itu tidak melanggar peraturan pondok. Keanggotaan Kominfo Al-Amin terutama didorong oleh santri yang aktif di dunia virtual dan penggiat media sosial. Organisasi ini bergerak dalam bidang penyebaran ajaran Islam dengan fokus pada media sosial. Kominfo Al-Amin ingin memberikan sumbangsuhnya sebagai media pesantren terhadap kemajuan media yang semakin miris dikarenakan banyaknya konten yang tidak mendidik.⁸ Dalam mengadakan program-programnya, Kominfo Al-Amin telah melakukan kegiatan dakwah melalui media sosial dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, Youtube.

Setelah peneliti melakukan observasi singkat, angka *engagement rate* dari masing-masing akun media sosial yang dikelola oleh Kominfo Al-Amin tidak sebanding dengan jumlah pengikut yang dimiliki, hal ini menjadi masalah yang belum diketahui sehingga penting untuk diteliti terkait bagaimana pengelolaan media sosial sebagai media dakwah. Sehingga penelitian ini dapat menjadi acuan dan wawasan baru bagi komunitas atau lembaga dakwah lain yang mengelola media sosial sebagai media dakwah. Pemanfaatan media sosial yang baik tentu didasarkan pada sistem pengelolaan yang terstruktur dan sistematis. Pengelolaan diartikan sebagai manajemen, yaitu suatu proses kegiatan yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi yang telah ditentukan. Fungsi dari pengelolaan juga merupakan bagian

⁸ Baha'ul Labib, Wawancara, Pabuwaran, 23 Februari 2023.

dari usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya melalui usaha orang lain.⁹

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengelolaan media sosial sebagai media dakwah. Dalam hal ini peneliti mengangkat judul skripsi, yaitu: **Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah Studi pada Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran, Purwokerto Utara.**

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari penafsiran yang kurang tepat maka penulis memberikan penegasan istilah yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Penegasan istilah antaranya sebagai berikut:

1. Pengelolaan Dakwah

Pengelolaan adalah kata lain dari manajemen yang memiliki makna sebuah proses yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengawasan dengan menggunakan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Seluruh proses tersebut ditunjukkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹⁰

Dakwah adalah mengajak dan membimbing, dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat jalannya dari agama yang benar untuk dialihkan ke jalan ketaatan kepada Allah, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka berbuat buruk agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.¹¹

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengelolaan dakwah ialah sebuah pengaturan secara sistematis dan koordinatif dalam kegiatan atau aktivitas dakwah yang dimulai dari sebelum penggerakkan sampai akhir dari kegiatan dakwah.¹²

2. Media Sosial

Media sosial merupakan medium internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi,

⁹ George R. Terry, *“Dasar-Dasar Manajemen”*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013) 168.

¹⁰ M. Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Kencana 2006), 8

¹¹ Wahidin Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Raja Wali Pers 2012) 20.

¹² M. Munir. *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Kencana 2009) 21

berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual.¹³ Media sosial adalah salah satu media yang cukup berpengaruh untuk mempermudah orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain, selain sifatnya yang praktis dan mudah diakses oleh penggunanya, media sosial juga sebagai tempat menyebarkan informasi kepada masyarakat luas.

3. Media Sosial Sebagai Media Dakwah

Peranan media sosial dalam dakwah sangat penting. Kini dakwah tidak hanya dilakukan di masjid saja, tetapi juga dilakukan melalui media sosial. Pasalnya, kebutuhan masyarakat akan informasi sudah menjadi kebutuhan pokok. Masyarakat sudah disibukkan dengan aktivitas kesehariannya, mereka tidak sempat menonton televisi dan membaca koran untuk mendapatkan informasi. Bahkan kebutuhan masyarakat akan informasi di internet dari bangun tidur hingga tidur lagi. Dengan kemudahan itu, maka saat ini informasi bisa didapatkan tanpa harus terikat ruang dan waktu. Dengan demikian perlu adanya perubahan dan pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah. Oleh karena itu, pendakwah perlu menguasai dan menerapkan berbagai media sosial yang ada. Dapat dikatakan bahwa aspek penting dalam keberhasilan dakwah adalah penguasaan media sosial.

4. Kominfo Al-Amin

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan Kominfo Al-Amin ialah sebuah organisasi badan independen Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran, Purwokerto Utara. Secara spesifik Kominfo Al-Amin merupakan organisasi yang menaungi bidang media atau dengan kata lain sebagai tim media dari Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: Bagaimanakah Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah Studi Pada Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran, Purwokerto Utara?

¹³ Rulli Nasrullah. *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media 2015) 13.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang mengarahkan kajiannya sesuai dengan latar belakang dan permasalahannya yaitu untuk mengetahui pengelolaan media sosial yang digunakan sebagai media dakwah yang dilakukan di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran, Purwokerto Utara.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian yang telah penulis lakukan ini diharapkan nantinya dapat menambah wawasan serta menambah khasanah kepustakaan dan dapat dijadikan bahan rujukan dalam proses peningkatan proses belajar yang akan dilakukan oleh pembaca dan dapat digunakan sebagai referensi penelitian berikutnya yang membahas permasalahan yang sama.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran strategi pengelolaan media sosial sebagai media dakwah. Dan diharapkan juga penelitian berguna untuk membangun kesadaran masyarakat dalam bermedia sosial secara positif dan memahami konsep model dakwah virtual.

F. Kajian Pustaka

Pertama, penelitian ini ditulis oleh Slamet Mulyana, Meria Octavianti, Nadila Zahara Faradysa mahasiswa program studi manajemen komunikasi dengan judul “Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pasar Digital Cikundul Sukabumi).”¹⁴ Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengelolaan media sosial sebagai media promosi pariwisata Pasar Cikundul dari mulai perencanaan, pelaksanaan sampai evaluasi. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Subjek penelitian bersifat *multi sources*, dengan informan kunci yang mewakili birokrat, akademisi, dan tokoh masyarakat. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

¹⁴ Slamet Mulyana, dkk., Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pasar Digital Cikundul Sukabumi. Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Vol 9 No 1. 2019.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pasar Cikundul ini mengangkat dua konsep pasar digital sekaligus, yaitu memadukan antara keindahan alam, lingkungan, suasana sekitar yang masih alami dengan beberapa infrastruktur tambahan yang sengaja dibangun untuk menambah daya Tarik destinasi wisata sekaligus menarik wisatawan. Pengelolaan media sosial sebagai media promosi dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pencarian konten, pengolahan konten, unggah ke media sosial official dan evaluasi hasil impresi media sosial.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama mengangkat tema pengelolaan media sosial dan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi dan menggunakan tahapan yang sama yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada objek penelitian yaitu pengelolaan media sosial sebagai media promosi sedangkan pada penelitian skripsi ini adalah pengelolaan media sosial sebagai media dakwah.

Kedua, jurnal dengan judul “Pengelolaan Media Sosial Oleh Unit Corporate Communication PT GMF AeroAsia” yang ditulis oleh Fajar Syuderajat.¹⁵ Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengelolaan media sosial yang digunakan PT GMF AeroAsia sebagai strategi komunikasi *brand awareness* dengan konsep teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *New Media Theory* yang berhubungan dengan media sosial. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif.

Hasil penelitian ini mengatakan bahwa pengelolaan media sosial PT GMF AeroAsia oleh *Corporate Communication* memilih media sosial facebook, instagram, youtube, linkedin. Penanganan langsung dilakukan oleh tim digital aktivasi dengan konten-konten yang terlebih dahulu disetujui oleh kepala divisi *Corporate Communication*.

Persamaan pada penelitian ini adalah pada tema penelitian yaitu pengelolaan media sosial dan pada metode yang digunakan. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada teori yang digunakan. Pada penelitian ini menggunakan

¹⁵ Fajar Syuderajat, *Pengelolaan Media Sosial Oleh Unit Corporate Communication PT GMF AeroAsia*. Jurnal Komuniti Vol. 9 No. 2. 2017.

teori *new media* dengan strategi *brand awareness*. Sedangkan pada skripsi yang penulis tulis menggunakan teori manajemen.

Ketiga, Skripsi yang ditulis oleh Savinatul Hasanah dengan judul “Pengelolaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Pondok Pesantren Darul Lughah Wal Karomah Sidomukti Kraksaan Probolinggo”¹⁶. Fokus penelitian ini ada 3 yaitu 1) Bagaimana perencanaan pengelolaan media sosial sebagai media promosi di Pondok Pesantren Darul Lughah Wal Karomah Sidomukti Kraksaan Probolinggo? 2) Bagaimana pelaksanaan pengelolaan media sosial sebagai media promosi di Pondok Pesantren Darul Lughah Wal Karomah Sidomukti Kraksaan Probolinggo? 3) Bagaimana evaluasi pengelolaan media sosial sebagai media promosi di Pondok Pesantren Darul Lughah Wal Karomah Sidomukti Kraksaan Probolinggo?

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan *narrative research*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Observasi, Wawancara, Dokumentasi. Analisis Data yang digunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Persamaan dengan penelitian ini adalah pada tema pembahasan pengelolaan media sosial dan pada metode penelitian dan teknik pengumpulan data. Yang membedakan adalah pengelolaan media sosial disini digunakan sebagai sarana media promosi sedangkan pada skripsi yang penulis tulis sebagai sarana media dakwah. Perbedaan selanjutnya yaitu pada lokasi penelitian dan subjek penelitian.

Keempat, Skripsi dengan judul “Strategi Pengelolaan Media Dakwah Digital: Studi Pada Akun Instagram @Surabayamengaji” ditulis oleh Muh Ansyori.¹⁷ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan Instagram akun @surabayamengaji dalam meningkatkan keterlibatan mad’u. hal tersebut dilakukan dengan melakukan analisis aspek *share, optimize, manage, engage* dengan teori

¹⁶ Savinatul Hasanah, *Skripsi Pengelolaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Di Pondok Pesantren Darul Lughah Wal Karomah Sidomukti Kraksaan Probolinggo*. (UIN KH. Achad Siddiq Jember: 2022)

¹⁷ Muh Ansyori. *Skripsi Strategi Pengelolaan Media Dakwah Digital: Studi Pada Akun Instagram @Surabayamengaji*. (UIN Sunan Ampel Surabaya: 2022)

Circular Model of Social Communication oleh Regina Luttrell. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus. Penelitian ini melakukan pengumpulan data melalui proses wawancara, observasi, dokumentasi dengan teknik analisis deskriptif.

Persamaan dengan penelitian adalah pada tema yang dibahas yaitu pengelolaan media sosial sebagai media dakwah hanya saja pada penelitian ini lebih spesifik pada media sosial Instagram. Perbedaan dengan penelitian ini pada teori yang digunakan yaitu menggunakan teori *Circular Model of Social Communication* oleh Regina Luttrell.

Kelima, skripsi dengan judul “Pengelolaan Dakwah Berbasis Media Sosial Studi Pada Akun Instagram @Tafaquhonline Yayasan Tafaqquh Kota Pekanbaru” yang ditulis oleh mahasiswa Manajemen Dakwah Muhammad Sya’ban pada tahun 2020.¹⁸ Fokus permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana pengelolaan dakwah berbasis media sosial yang dilakukan oleh Yayasan Tafaqquh kota Pekanbaru pada akun Instagram @Tafaquhonline. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan cara memaparkan peristiwa yang dilapangan dan kemudian hasil data tersebut di analisis secara deskriptif kualitatif. Tahapan-tahapan yang dilakukan oleh Yayasan Tafaqquh kota Pekanbaru yaitu perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengemasan.

Persamaan dengan penelitian ini pada metode dan teknik pengumpulan data yaitu menggunakan metode kualitatif deskriptif dan pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi. Perbedaan dengan penelitian ini ada pada variable penelitian. Variable pada penelitian ini terikat pada pengelolaan dakwah berbasis media sosial dan pada lokasi penelitian, subjek penelitian.

¹⁸ Muhammad Sya’ban. Skripsi Pengelolaan Dakwah Berbasis Media Sosial: Studi Pada Akun Instagram @Tafaquhonline Yayasan Tafaqquh Kota Pekanbaru. (UIN Sultan Syarif Kasim Riau: 2020)

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan sebagai penjelasan rangkaian dalam penulisan skripsi dengan tujuan mempermudah memahami skripsi. Sistematika dalam penelitian ini terdiri dari 5 Bab yaitu:

BAB 1 Pendahuluan, pada bab pertama terdiri dari Latar Belakang Masalah, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, Sistematika Pembahasan.

BAB II Landasan Teori, pada bab ini berisikan landasan teori yang membahas tentang beberapa sub bab, meliputi mendefinisikan dakwah, pengelolaan dakwah, media sosial sebagai media dakwah.

BAB III Metodologi Penelitian, terdiri dari Jenis dan Pendekatan Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Sumber Data Penelitian, Teknik Pengambilan Data, Instrumen Penelitian, Teknik Analisis Data.

BAB IV Hasil Penelitian, bab ini terdiri dari hasil penelitian yang terdiri atas gambaran umum bagaimana hasil dari penelitian seperti Gambaran Umum Responden, Analisis Data serta Pembahasan Hasil Penelitian.

BAB V Penutup, dalam bab penutup terdiri atas Saran, Kesimpulan, Penutup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengelolaan Media Sosial

1. Pengertian Pengelolaan

Pengelolaan berasal dari kata Kelola, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti memimpin, mengendalikan, mengatur, dan mengusahakan agar lebih baik, lebih maju serta bertanggung jawab atas pekerjaan tertentu.¹⁹ Pengelolaan juga diartikan sebagai manajemen, yaitu suatu proses kegiatan yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan-penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan.

Manajemen dalam Bahasa Inggris "*management*" dengan kata kerja *to manage* yang secara umum berarti mengurus atau mengelola. Manajemen dalam arti khusus dipakai bagi pemimpin dan kepemimpinan yaitu orang-orang yang melakukan kegiatan memimpin yang biasa disebut "*manager.*" Manajemen ialah suatu proses yang meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi dan pengendalian dalam rangka memberdayakan seluruh sumber daya lembaga, organisasi perusahaan, baik sumber daya manusia (*human resource capital*), modal (*financial capital*), material (*land, natural resource or raw materials*), maupun teknologi secara optimal untuk mencapai tujuan sebuah lembaga, organisasi atau perusahaan.

Manajemen merupakan proses menggerakkan orang lain untuk memperoleh hasil tertentu dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Proses dalam manajemen merupakan bentuk kemampuan atau keterampilan memperoleh hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan pengorganisasian.²⁰

¹⁹ Peter Salim dan Yenny Salim. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer*. (Jakarta: Modern English Press, 2022) 695.

²⁰ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. (Malang: Umm Press, 2006) 9.

Istilah manajemen dalam Bahasa Arab disamakan dengan kata “*al-idarah*”. Abdul Wahab yang dikutip oleh Ahmad Ibnu Daud Al-Muzjaji Al-Asyari dalam bukunya yang berjudul *Muqaddimah Al-Idarah Al-Islamiyah* mendefinisikan manajemen sebagai aktivitas kelompok yang berkesinambungan dengan menggunakan sumber daya berupa Tindakan perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan mengawasi, untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.²¹

Dari beberapa pendapat beberapa para ahli dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah serangkaian kegiatan untuk mencapai sebuah tujuan organisasi yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien. Untuk mencapai sebuah tujuan yang ditetapkan perlu adanya sebuah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta pengawasan.

a. Manajemen Strategi

Manajemen strategi sangat berperan dalam melakukan pengendalian sebuah proses yang terkait dengan tujuan yang diinginkan. Menurut Siagian manajemen strategi ialah sebuah keputusan dan tindakan yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh semua anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Pada hakikatnya manajemen strategi adalah sebuah keputusan akhir yang membantu sebuah organisasi untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan. Manajemen strategi merupakan sebuah keputusan dan aksi manajerial yang menentukan kinerja organisasi dalam jangka panjang.

b. Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Persepektif Islam

Manajemen sumber daya manusia merupakan bagian dari sebuah ilmu manajemen yang memfokuskan pada pengelolaan peranan sumber daya manusia dalam setiap kegiatan dalam suatu organisasi atau perusahaan.²² Organisasi atau perusahaan mempunyai aktifitas sumber daya manusia sebagai tindakan yang diambil untuk menyediakan dan mempertahankan tenaga kerja yang diambil untuk menyediakan dan mempertahankan tenaga kerja yang aktif.

²¹ Kholil Musyadad, *Prinsip-Prinsip Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Islam*. (Jambi: IAIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2014) 4.

²² Tjuju Yuniarsih dan Suwanto, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung: Alfabeta, 2013) 1.

Menurut Gauzali manajemen sumber daya manusia merupakan kegiatan yang harus dilaksanakan dalam suatu organisasi agar pengetahuan, kemampuan, keterampilan sesuai dengan tuntutan pekerjaan yang sedang dilakukan.²³ Menurut Gary Dessler “*Human Resource management is the policies and practices involved in carrying out people or human resource aspects of a management position, including recruiting, training, rewarding, dan appraising.*” Manajemen sumber daya manusia adalah kebijakan dan cara yang dipraktikkan yang berhubungan dengan pemberdayaan manusia atau aspek dari sumber daya manusia dari sebuah posisi manajemen termasuk perekrutan, seleksi, pelatihan, penghargaan dan penilaian.²⁴

Sedarmayanti memberikan penjelasan tentang beberapa konsep ruang lingkup manajemen sumber daya manusia berdasarkan pelaksanaannya dan tugas pengembangan, yang terbagi dari beberapa bagian yaitu:

1) *Pre service Training* (pelatihan pra tugas)

Pelatihan yang akan diberikan pada anggota untuk mengawali kerjanya dengan memberikan sebuah pembekalan, dengan adanya sebuah pembekalan maka anggota akan mengetahui tugas yang akan diberikan.

2) *In Service training* (pelatihan dalam tugas)

Pelatihan yang diberikan kepada anggota yang sedang menjalankan tugas sesuai dengan tingkat kemampuan dalam melaksanakan kerja.

3) *Post service training* (Pelatihan Purna)

Pelatihan yang diberikan kepada anggota untuk membantu mempersiapkan karyawan dalam mengakhiri masa kerjanya.

Dalam Islam manajemen sumber daya manusia mengacu pada yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw yang didasarkan pada konsep Islam. Konsep Islam untuk memajemen manusia bukan masalah yang mudah. Islam membuat sumber daya manusia untuk ikut memakmurkan bumi dalam lingkup

²³ Eri Susan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bone: IAIN Bone, 2019) Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Vol 9 No 2, hlm. 956.

²⁴ Dhoni Kurniawati, *Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Prespektif Islam dan Evelensinya dengan Manajemen Modern*, (Lampung: IJTIMAIYYA, 2018) Journal Pengembangan Masyarakat Islam Vol 11 No 1 Hlm 20

pengabdian kepada Allah dengan memanfaatkan dan mengembangkan potensi yang ada.²⁵

2. Ciri-Ciri Manajemen

a. Pembagian kerja yang berimbang

Dalam membagi tugas dan jenisnya, seorang manajer hendaknya bersifat adil yaitu harus bersikap sama baik dan memberikan beban kerja yang berimbang.

b. Tanggung jawab

Setiap kerabat kerja atau karyawan hendaknya diberi wewenang sepenuhnya untuk melaksanakan tugasnya dengan baik dan mempertanggung jawabkan kepada atasan secara langsung.

c. Disiplin

Disiplin adalah kesediaan untuk melakukan usaha atau kegiatan nyata (bekerja sesuai dengan jenis pekerjaan yang menjadi tugas dan tanggung jawabnya) berdasarkan rencana. Peraturan dan waktu (waktu bekerja) yang telah ditetapkan.

d. Kesatuan Perintah

Setiap kerabat kerja atau karyawan hendaknya hanya menerima satu jenis perintah dari seorang atasan langsung (mandor/kepala seksi/kepala bagian), bukan dari beberapa orang yang sama-sama merasa mejadi atasan.

e. Kesatuan Arah

Kegiatan hendaknya mempunyai tujuan yang sama dan dipimpin oleh seorang atasan langsung serta didasarkan pada penerima kerja yang sama satu tujuan, satu rencana, satu pimpinan.

3. Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen sangat berperan dalam proses manajemen dan fungsi manajemen juga sebagai tolak ukur dalam melakukan tugas masing-masing yang telah diberikan oleh seorang manajer.²⁶ Untuk mencapai sebuah tujuan dari

²⁵ Djaelani Haluty, *Islam dan manajemen sumber daya manusia yang berkualitas*, (Gorontalo: IAIN Sultan Amai Gorontalo, 2014) jurnal Irfani Vol 10 No 1 hlm 71,

²⁶ Anang Firmansyah, Budi Mahardika, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Budi Utama 2020) hlm. 8

organisasi atau perusahaan manajer harus menerapkan fungsi-fungsi manajemen untuk mengoptimalkan kinerja karyawan.

Menurut G.R Terry fungsi manajemen adalah *planning, organizing, actuating, controlling* sebagai berikut:

a. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan adalah fungsi seorang manajer yang berhubungan dengan kebijakan atau prosedur dari semua kegiatan yang telah ada.²⁷ Rencana dibutuhkan untuk memberikan tujuan kepada organisasi untuk menetapkan prosedur untuk mencapai sebuah tujuan.²⁸ Perencanaan adalah suatu kegiatan yang akan datang dengan acuan waktu tertentu atau dengan suatu metode tertentu. Seperti sabda Nabi Muhammad SAW yang artinya “Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan suatu pekerjaan dilakukan dengan *itqan* (tepat, terarah, jelas, tuntas.” (HR. Thabrani). Dijelaskan dalam firman Allah QS. Al- Insyirah (7-8):

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ

Artinya: “Apabila kamu telah selesai (suatu urusan), kerjakan dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.

Perencanaan juga memiliki arti lain yaitu kegiatan rasional dan sistematis dalam menetapkan keputusan kegiatan atau langkah-langkah yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Menurut Jejen dalam perencanaan harus memenuhi delapan aspek yaitu program kerja, tujuan dan manfaat program, biaya program, waktu penanggung jawab pelaksana, mitra dan sasaran.²⁹

Perencanaan merupakan fungsi utama dari manajemen, karena dalam perencanaan akan dilakukan sebuah awal dari kegiatan. Jika tidak ada perencanaan manajer tidak akan pernah tau apa yang akan dilakukan dalam

²⁷ Rheza Prata, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Budi Aksara, 2005) 40.

²⁸ T. Hani Handoko. *Manajemen Edisi 2*. (Yogyakarta: BPF, 2018) 23

²⁹ Fathul Maujud. *Implementasi Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Lembaga Pendidikan Islam*. (Mataram: UIN Mataram, 2018) Jurnal Penelitian Keislaman Vol 14 No 1. Hlm. 33.

setiap kegiatan untuk mencapai sebuah tujuan. Ada beberapa tahapan yang dilakukan dalam melakukan sebuah perencanaan yaitu:

- 1) Menetapkan tujuan, semua perencanaan diawali dengan kesepakatan dari semua anggota mengenai kebutuhan organisasi. Tanpa adanya tujuan yang jelas maka semua kegiatan yang dilakukan tidak berjalan sesuai yang diinginkan.
- 2) Mengetahui situasi terkini, memahami keadaan merupakan tujuan yang akan dicapai atau mengetahui sumber daya yang tersedia untuk melakukan pencapaian sangat penting, karena rencana yang digunakan untuk mengantisipasi situasi yang tidak diharapkan.
- 3) Hambatan dan pendukung, semua hambatan dan pendukung harus diidentifikasi untuk mengukur kemampuan organisasi dalam mencapai sebuah tujuan yang diinginkan. Setelah mengidentifikasi penghambat dan pendukung dari sebuah perencanaan maka harus ada jalan keluar untuk menyelesaikan sebuah masalah.

Setelah mengetahui beberapa tahapan dari sebuah perencanaan perlu diketahui juga ada beberapa manfaat dari perencanaan, yaitu perencanaan dapat meningkatkan efisiensi waktu, tenaga, pikiran, dan biaya. Perencanaan juga bisa memberikan solusi dari setiap masalah yang ada, perencanaan memberikan petunjuk operasional dan perencanaan dapat menempatkan tanggungjawab dengan tepat.

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian merupakan suatu proses menghubungkan orang-orang yang terlibat dalam organisasi tertentu untuk mengetahui tugas dan fungsinya dalam suatu organisasi.³⁰ Dalam pengorganisasian dilakukan untuk pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab secara terperinci berdasarkan bagian dan bidang masing-masing sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh setiap anggotanya.

³⁰ Ibid. 34.

Menurut Hikmat dalam menjalankan tugas pengorganisasian terdapat beberapa hal, yaitu:

- 1) Menyediakan fasilitas, perlengkapan, dan staf yang diperlukan untuk melaksanakan rencana.
- 2) Mengelompokkan dan membagi kerja menjadi struktur organisasi yang teratur.
- 3) Membentuk struktur kewenangan dan koordinasi.
- 4) Menentukan metode kerja dan prosedurnya.
- 5) Memilih, melatih, dan memberi informasi kepada anggota.³¹

Pengorganisasian mempunyai fungsi yang digunakan untuk menentukan sumber daya dan kegiatan yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan dalam organisasi, memberikan tanggung jawab kepada anggota untuk melakukan pekerjaan yang sesuai dengan bidangnya dan mempunyai rasa tanggung jawab yang besar terhadap setiap pekerjaan yang dilakukannya.

Manajer harus mempunyai kemampuan untuk mengembangkan sebuah organisasi yang dipimpin dan bisa mencapai sebuah tujuan yang sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.³²

c. *Actuating* (Pelaksanaan/Pergerakan)

Penggerakkan merupakan sebuah tugas dari setiap anggota organisasi untuk bekerjasama dalam satu tim yang bekerja sesuai yang telah ditugaskan. Fungsi dari pergerakan meliputi memberikan motivasi, memimpin, menggerakkan, mengevaluasi kinerja individu, memberikan imbalan jasa, mengembangkan para manajer.³³ Jika fungsi perencanaan dan pengorganisasian lebih banyak menyangkut beberapa aspek proses manajemen maka kegiatan penggerakkan akan langsung menyangkut anggota organisasi.

Fungsi manajemen perencanaan dan pengorganisasian menyangkut beberapa aspek dalam organisasi, sedangkan fungsi penggerakkan sangat berkaitan dengan anggota yang terlibat.³⁴ George R. Terry berpendapat bahwa

³¹ Ibid. 34.

³² Ibid. 24.

³³ Muhammad Kristiawan. Manajemen Pendidikan. (Yogyakarta: Budi Utama, 2012) 49.

³⁴ Wibowo Sampurno, Pengantar Manajemen, (Bandung: Politeknik Telkom, 2009) 26

penggerakkan merupakan usaha menggerakkan anggota-anggota kelompok untuk mencapai sasaran yang dituju oleh sebuah organisasi atau perusahaan.

d. *Controlling* (Pengawasan/Evaluasi)

Pengawasan adalah pengamatan terhadap jalannya sebuah perencanaan. Dalam Islam, syarat yang dimiliki oleh pemimpin adalah harus baik kepada semua anggotanya sehingga dalam melakukan pengawasan menjadi lebih mudah. Semua fungsi tidak akan efektif jika tidak ada pengawasan. Pengawasan dilakukan untuk mengetahui kinerja dari setiap anggota dengan alasan untuk memastikan semua yang sudah direncanakan, disusun, dan berjalan sesuai dengan prosedur yang telah dibuat. Selain itu juga dilakukan evaluasi pada anggota yang tidak menjalankan tanggung jawabnya sesuai dengan tugas yang diberikan.³⁵

Fungsi pengawasan pada dasarnya memiliki empat unsur, yaitu:³⁶

- 1) Penetapan standar pelaksanaan. Pemimpin atau manajer memutuskan standar kerja dan target di masa akan datang yang akan digunakan untuk mengevaluasi kinerja dari semua anggota.
- 2) Penentuan ukuran-ukuran pelaksanaan. Mengukur kinerja yang sebenarnya dengan hasil yang nyata dari semua anggota.
- 3) Pengukuran pelaksanaan nyata dan membandingkan dengan standar yang kurang maksimal dan menyimpang dari standar yang telah ditetapkan.
- 4) Pengambilan Tindakan koreksi yang diperlukan bila pelaksanaannya menyimpang dari standar.

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Pada dasarnya, dakwah adalah ajakan untuk berbuat baik. Secara etimologis, istilah "*dakwah*" berasal dari kata Arab "*da'a*", "*yad'u*", dan "*da'watan*", yang masing-masing berarti mengajak, memanggil, dan meminta.³⁷ Dakwah adalah

³⁵ Roni Angger Aditama, *Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi*. (Malang: IKAPI, 2019) 20

³⁶ T. Hani Handoko, *Manajemen Edisi 2*. (Yogyakarta: BPF, 2018) 26.

³⁷ Enung Esmaya. *Aa Gym Dai Sejuk dalam Masyarakat Majemuk*. (Jakarta: PT. Hikmah Mizan) 2003. Hlm. 27.

suatu proses untuk mendorong orang lain untuk memahami dan mengamalkan suatu keyakinan tertentu. Orang yang melakukan dakwah disebut dai. Namun, dalam lisan Arab, Ibnu Manzhur hanya menjelaskan kata *da'a-yad'u-da'watan* dalam dua arti: permohonan doa (*istighatsah*) dan pengabdian (*'ibadah*) kepada Allah Swt.

Namun, ada beberapa pendapat yang setuju tentang definisi dakwah menurut istilah. Salah satu dari pendapat tersebut adalah pendapat Ali Mahfuzh dalam kitab *Al-Hidayah Al-Mursyidin*, yang menyatakan bahwa "Dakwah adalah mendorong (memotivasi) umat manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintah mereka untuk berbuat ma'ruf dan mencegah dari perbuatan munkar. agar mereka memperoleh kebahagiaan dunia akhirat."

Para ahli bervariasi dalam pemahaman mereka tentang dakwah Islam berdasarkan terminologi. Ada yang mengartikan dakwah sebagai transformasi sosial atau perubahan sosial yang didasarkan pada nilai-nilai normatifitas yang selaras, serasi, dan sejalan dengan nilai-nilai Islam. Ada juga yang mengartikan dakwah secara normatif, yaitu mengajak manusia ke jalan kebaikan dan petunjuk untuk memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.

Menurut M. abu al-Fath al-Bayanunni, dakwah berarti menyampaikan Islam kepada orang lain dan menerapkannya dalam kehidupan mereka. Menurut Taufik Al-Wa'i, dakwah berarti mengajak manusia untuk mengasihi Allah dengan mengucapkan dua kalimat syahadat dan mengikuti manhaj Allah di dunia baik dengan perkataan maupun perbuatan, sebagaimana yang terdapat dalam al-Qur'an dan hadis, dengan harapan mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat.³⁸

Penulis menyimpulkan dari beberapa pendapat di atas bahwa dakwah adalah mengajak orang lain kepada jalan kebenaran yang diridhoi Allah baik secara lisan maupun dengan tindakan, sehingga mereka dapat memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.

2. Unsur Dakwah

Dakwah bukanlah aktivitas yang berjalan sendiri, maka dari itu aktivitas yang memiliki unsur-unsur pelengkap aktivitas dakwah antara lain:

³⁸ Abdul Basit, *Dakwah Milenial*. (Banyumas: Wawasan Ilmu) 2021.

a. *Ad-Dai* (Juru Dakwah)

Dai adalah orang yang berdakwah. *Isim fai'il* berasal dari kata *da'a-yad'u*, dan huruf *ha'* di akhir kata menunjukkan pengertian *al-mubalaghah*. Da'iyah adalah orang yang terkenal melakukan dakwah. Oleh karena itu, istilah "*da'i*" ini mencakup semua orang yang melakukan tugas dakwah secara keseluruhan dan melakukan salah satu aktivitasnya. Namun, individu yang memiliki kemampuan untuk melakukan semua tindakan ini disebut sebagai *ad-da'iyah al-kamil*, atau juru dakwah yang sempurna.³⁹

b. *Al-Mad'u* (Objek Dakwah)

Kata "*al-Mad'u*" berasal dari kata "*da'a-yad'u*", yang kata objeknya adalah "*mad'u*", atau objek dakwah. Kebanyakan pakar mendefinisikan *mad'u* sebagai seseorang yang sejajar sehingga dapat berbagi pengetahuan ajaran agama, menurut definisi yang diberikan oleh Moh. Ali Aziz.⁴⁰

Muhammad Abduh mengklasifikasikan *mad'u* menjadi tiga golongan: Yang pertama terdiri dari cendekiawan yang mencintai kebenaran dan memiliki kemampuan untuk berpikir kritis dan mendalam, yang cepat menemukan jawaban atas pertanyaan. Kedua terdiri dari orang awam, yang sebagian besar tidak memiliki kemampuan untuk berpikir kritis dan mendalam, dan yang terakhir terdiri dari mereka yang senang berbicara tentang sesuatu, tetapi hanya dalam batas tertentu, dan tidak mampu memahami secara mendalam.⁴¹

c. *Maddah* (Materi Dakwah)

Materi dakwah (*Maddah*) adalah tentang apa yang disampaikan da'i kepada *mad'u* atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rasul-Nya.⁴² Semua materi dakwah ini bersumber pada Al-Qur'an, As-Sunnah Rasulullah Saw, hasil ijtihad ulama, sejarah peradaban Islam. Dalam istilah

³⁹ Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni, Pengantar Studi Ilmu Dakwah. (Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar). 2021. Hlm 35-36.

⁴⁰ Moh. Ali Aziz. Ilmu Dakwah, (Jakarta: Predana Media Group, 2004) 81.

⁴¹ M, Munir, et al., Manajemen Dakwah, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009) hlm 21.

⁴² Samsul Munir Amin, Ilmu Dakwah, (Jakarta: Penerbit Amzah, 2009) hlm. 88.

komunikasi, materi dakwah atau *maddah ad-da'wah* disebut dengan istilah *massage* (pesan).

d. Metode dakwah

Seorang da'i sangat membutuhkan pengetahuan dan keterampilan metodologis untuk menentukan metode dakwahnya. Selain itu, pola berfikir dengan pendekatan sistem menunjukkan bahwa dakwah memerlukan suatu sistem, dan metodologi merupakan salah satu dimensinya. Oleh karena itu, metodologi memiliki peran dan kedudukan yang sama dengan elemen lainnya, seperti tujuan, objek, subjek, dan kelengkapan dakwah. Dengan menguasai metode dakwah, pesan yang disampaikan seorang da'i kepada mad'u atau objek dakwah akan lebih mudah dicerna dan diterima.⁴³

Metode berasal dari kata *meta*, yang berarti melalui, dan "*hodox*", yang berarti jalan, cara. Sebuah sumber lain mengatakan bahwa istilah metode berasal dari bahasa Jerman, "*methodos*", yang berarti jalan yang dalam. Dan dalam bahasa Arab, itu dikenal sebagai *thariq*. Namun, dalam bahasa Inggris, metode didefinisikan sebagai metode atau cara. Metode adalah cara yang teratur untuk melakukan sesuatu.

Sementara itu, arti dakwah menurut pandangan beberapa pakar atau ilmuwan adalah sebagai berikut:

- 1) Menurut Bakhial Khauli, dakwah adalah proses menghidupkan peraturan Islam dengan tujuan memindahkan umat dari satu keadaan ke keadaan lain.
- 2) Syekh Ali Mahfudz mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak orang untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk, meminta mereka untuk berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan buruk agar mereka mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Pada pendapat di atas, dapat dikatakan bahwa metode dakwah adalah cara dai menyampaikan pesan dakwah atau serangkaian kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah. Namun, dalam komunikasi, istilah "metode" lebih dikenal sebagai "metode", yang merujuk pada metode yang digunakan komunikator

⁴³ *Ibid*, 95.

untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain, dakwah harus didasarkan pada perspektif yang berorientasi manusia, yang menghargai manusia.

Cara seorang pendakwah menyampaikan pesan dakwah Islam disebut metode dakwah. Surat An-Nahl ayat 125 menjelaskan cara dakwah dalam Al-Qur'an. Ayat tersebut menunjukkan bahwa dakwah didasarkan pada tiga cara.

1) Metode Al-Hikmah

Al-Hikmah sebagai metode dakwah bisa diartikan bijaksana, akal budi yang mulia, lapang dada, hati yang bersih, dan menarik perhatian orang kepada agama atau Tuhan.⁴⁴ Hikmah adalah kemampuan dai dalam menjelaskan doktrin-doktrin Islam serta realitas yang ada dengan argumentasi logis dan bahasa komunikatif, dengan menitikberatkan pada kemampuan mereka, sehingga sasaran dakwah tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan saat menjalankan ajaran Islam.

2) Metode Mau'idzatul Hasanah

Dakwah mau'idzatul hasanah dilakukan dengan perintah dan larangan disertai dengan unsur motivasi (*Tarhib*) dan ancaman (*Tarhib*). Elemen-elemen ini dikomunikasikan melalui perkataan yang memiliki potensi untuk melembutkan hati, menggugah jiwa, dan menghapus segala bentuk kebekuan hati, sehingga meningkatkan keimanan dan petunjuk yang mencerahkan.⁴⁵

3) Metode Al-Mujadalah

Metode ini melibatkan dua pihak yang bekerja sama untuk bertukar pendapat secara sinergis tanpa menimbulkan permusuhan. Tujuannya adalah agar pihak yang bertentangan menerima pendapat tersebut dengan memberikan bukti dan argumentasi yang kuat. Saling menghormati dan menghargai pendapat satu sama lain karena keduanya percaya pada kebenaran. Mereka juga mengakui kebenaran orang lain dan dengan tulus menerima konsekuensi dari kebenaran tersebut.⁴⁶

⁴⁴ *Ibid*, 10.

⁴⁵ Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011) hal 204

⁴⁶ *Ibid*, 15.

e. Media Dakwah

Media adalah bentuk jamak dari kata latin *median*, yang berarti perantara. Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada orang yang dituju.⁴⁷ Saluran dapat mengacu pada metode pengiriman pesan, baik secara langsung atau melalui media cetak seperti surat kabar, majalah, atau internet. Semuanya dapat diklasifikasikan sebagai alat dakwah. Media dakwah, menurut Mira Fauziyah dalam Edisi Revisi Dakwah Ali Aziz, adalah alat atau tujuan yang digunakan untuk berdakwah dengan tujuan untuk membuat pesan dakwah lebih mudah disampaikan kepada mad'u.⁴⁸ Terkait dengan penggunaan media dakwah, media internet akan menjadi media yang sangat efektif karena jangkauan dan macam-macam informasi yang mengalir begitu pesat yang akan menembus batas ruang dan waktu.

Sedangkan, media dakwah non media massa yang biasanya digunakan dalam komunikasi untuk orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu ialah surat, telepon, sms, telegram, fax, papan pengumuman, CD, email, dan lain-lain. Semua itu dikategorikan karena tidak mengandung nilai keserempakan dan komunikannya tidak bersifat massal.

f. Atsar (Efek Dakwah)

Setiap dakwah akan menghasilkan reaksi, yang dalam ilmu komunikasi disebut *feedback*. Sederhananya, itu adalah reaksi yang dihasilkan oleh tindakan dakwah. Menurut Jalaludin Rahmat, ada dua tingkat efek yang dapat terjadi pada penonton:

- 1) Efek Kognitif, yang terjadi ketika pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi berubah.
- 2) Efek Afektif, yang terjadi ketika persepsi penonton berubah tentang apa yang mereka rasakan, suka, atau tidak suka. Efek ini mencakup emosi, sikap, dan nilai.

⁴⁷ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*, (Surabaya: Al Ikhlas, 1986) hlm 17.

⁴⁸ *Ibid*, 163.

- 3) Efek perilaku, yang mengacu pada perilaku yang dapat diamati yang termasuk pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan.⁴⁹

C. Media Sosial

1. Definisi Media Sosial

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.⁵⁰ Adapun pengertian media sosial yang berasal dari berbagai literature penelitian:

- a. Menurut Mandibergh media sosial adalah media yang mawadahi Kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*)
- b. Menurut Shinky media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerjasama (*to cooperate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Boyd menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di intitusi media massa.
- c. Mieke dan Young mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one to one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.⁵¹

Dari berbagai definisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa definisi media sosial adalah sebuah media yang digunakan untuk saling berkomunikasi dengan menggunakan jaringan internet atau secara online.

⁴⁹ *Ibid*, 21.

⁵⁰ Rulli Nasrullah, Media Sosial, Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 13

⁵¹ Rulli Nasrullah, Media Sosial, Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 11.

2. Jenis Media Sosial

Pembagian jenis media sosial kedalam kategori ini merupakan upaya untuk melihat bagaimana jenis media sosial itu. Bukan berarti hanya sebatas pada pembagian ini apalagi melihat perkembangan platform diinternet dan aplikasi di perangkat telepon genggam, seperti aplikasi android, namun secara dasar dan teori semestinya harus ada landasan awal untuk melihat jenis-jenis media siber tersebut sebagai berikut:

a. *Sosial networking*

Sosial networking atau jaringan sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut, di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan sering bertemu di dunia nyata (*offline*) maupun membentuk jaringan pertemuan baru.

b. *Blog*

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggahnya aktivitas keseharian, saling mengomtari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, dan sebagainya. Istilah *blog* berasal dari kata “*weblog*”, yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Berger pada 1997 merujuk pada jurnal pribadi online.⁵² Jenis media sosial ini dibagi menjadi dua: pertama, kategori *personal homepages*, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri, seperti .com atau .net; kedua, dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman *weblog* gratis, seperti *wordpress* (www.wordpress.com) atau *blogspot* (www.blogspot.com).⁵³

c. *Microblogging*

Tidak berbeda dengan jurnal *online* (*blog*), *microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis

⁵² Ibid, 41.

⁵³ Ibid 42-42.

media sosial ini merujuk pada munculnya *twitter* yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter.⁵⁴

d. *Media Sharing*

Situs berbagi media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (*file*), video, audio, gambar, dan sebagainya. Beberapa contoh media berbagi ini adalah *youtube, snapfish, flickr, photobucket*.

e. *Sosial Bookmarking*

Penanda sosial atau sosial *bookmarking* merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Beberapa situs social bookmarking yang populer adalah *Dlicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com*, dan untuk di Indonesia ada *LintasMe*.

f. *Wiki*

Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunaannya. Mirip dengan kamus atau ensikplodi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata.

3. Peran dan manfaat media sosial

Media sosial merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi, dan komunikasi. Menurut buku Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI terkait dengan peran dan manfaat media sosial antara lain:⁵⁵

a. Sarana belajar, mendengarkan dan menyampaikan

Beragam aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. konten-konten di dalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi, dan tendensi. Oleh karena itu, benar jika dalam arti positif

⁵⁴ Ibid 43.

⁵⁵ Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI. 2014. Hlm. 34-37.

media sosial adalah sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat. Dalam konteks ini, pengguna media sosial perlu sekali membekali diri dengan kekritisannya, pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.

b. Sarana dokumentasi, administrasi, dan integrasi

Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan perorangan dapat memanfaatkannya dengan cara membentuk kebijakan penggunaan media sosial dan pelatihannya bagi segenap karyawan, dalam rangka memaksimalkan fungsi media sosial sesuai dengan target-target yang telah dicanangkan.

c. Sarana perencanaan, strategi, manajemen

Akan diarahkan dan dibawa kemana media sosial, merupakan domain dari penggunaannya. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para pakar manajemen dan *marketing* dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya.

d. Sarana control, evaluasi dan pengukuran

Media sosial berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Respon publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Selain itu, media sosial juga digunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblokir atau memengaruhi pemahaman publik.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) merupakan suatu penelitian yang dilakukan langsung secara intensif, tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan sesuai unit sosial seperti individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat.⁵⁶ Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang masalah yang akan diteliti secara khusus dengan menggambarkan dan menginterpretasikan gejala-gejala objek secara alami.⁵⁷

Penelitian ini dipilih dimaksudkan untuk memperoleh pengetahuan mengenai dakwah yang dilakukan oleh Tim Media Kominfo Al-Amin dikalangan santri di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran melalui literasi digital, dengan cara memperhatikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan Kominfo Al-Amin, mempersepsi gerakan dakwahnya terhadap para santri Pondok Pesantren Al-Amin. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) merupakan suatu penelitian yang dilakukan langsung secara intensif, tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan sesuai unit sosial seperti individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat.⁵⁸

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif untuk mengumpulkan informasi tentang masalah yang akan diteliti secara khusus dan menggambarkan gejala-gejala yang tampak dari objek yang diteliti. Penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan menginterpretasikan objek sebagaimana adanya.⁵⁹

⁵⁶ Sumandi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 80.

⁵⁷ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2011) 157.

⁵⁸ *Ibid*, 80.

⁵⁹ *Ibid*, 157.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ialah para narasumber atau informan yang memberikan data atau informasi kepada peneliti.⁶⁰ Subjek penelitian ini adalah para pengurus Kominfo Al-Amin Pabuwaran. Dan dari penelitian ini, peneliti telah menentukan narasumber kunci (*key informan*) untuk mendapatkan informasi awal, yaitu Baha'ul Labib selaku wakil pimpinan redaksi tim media Kominfo Al-Amin Pabuwaran periode 2022-2023 yang saat ini menjabat sebagai dewan pembina, kemudian peneliti mendapatkan rekomendasi dari narasumber kunci untuk menggali informasi lainnya kepada narasumber lainnya diantaranya: Renisa Gustiarini selaku Pimpinan Redaksi periode 2023-2024, Novia Aliyatussiam selaku Wakil Pimpinan Redaksi, Mahendra Fiqih sebagai Koordinator Konten Kreator, Diah Ayu selaku admin, dan Dewan Pembina Kominfo lainnya.

Disini, objek adalah topik atau tema penelitian. Dalam penelitian ini objek penelitian berfokus pada pengelolaan media sosial sebagai media dakwah Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran.

C. Sumber Data

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari hasil penelitian atau objek penelitian di lapangan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini diperoleh melalui pengamatan menyeluruh terhadap proses komunikasi langsung maupun tidak langsung, seperti melalui media chatting dan kegiatan pengurus kominfo al-amin. Melakukan wawancara dengan para tim kerja dan anggota Kominfo.

Data sekunder yaitu data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data dan data sekunder didapatkan melalui buku-buku bacaan atau majalah ilmiah. Studi pustaka yang dilakukan penulis berupa buku-buku dan jurnal yang membahas tentang dakwah, komunikasi, literasi digital, website komunitas, dan media sosial yang dimiliki kominfo al-amin yakni Instagram dan facebook dengan akun @ppqalaminpabuwaran dan akun youtube PPQ Al-Amin Pabuwaran Official.

⁶⁰ Andi Prastowo, Metode Penelitian Kualitatif dan Perspektif Rancangan Penelitian. (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011) hlm 186.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Metode observasi yang paling efektif melengkapi format yang disusun berisi kejadian atau tingkah laku yang akan terjadi dalam penelitian.⁶¹ Metode observasi sangat membantu mendapatkan data yang lebih akurat, holistik, dan komprehensif karena memungkinkan peneliti untuk mengetahui kejadian yang sebenarnya sehingga mereka dapat memperoleh informasi secara langsung.

Peneliti berpartisipasi dalam program dakwah Kominfo Al-Amin dan melihat bagaimana orang-orang membaca media digital. Ini termasuk siapa yang berbicara, materi apa yang disampaikan, pendekatan apa yang digunakan, dan dinamika yang terjadi antara anggota kominfo atau sasaran literasi digital.

Mengamati interaksi antara pengurus Kominfo, salah satunya dari group whatsapp Kominfo Al-Amin sebagai wadah interaksi antara pengurus, anggota, dan sasaran literasi digital.

2. Wawancara

Dalam penelitian survei, Creswell mengatakan bahwa peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden sesuai dengan pedoman wawancara, mendengarkan jawaban mereka, melihat perilaku mereka, dan merekam semua jawaban responden. Selanjutnya, Borke Johson dan Larry Cristinsen menyatakan bahwa wawancara adalah metode pengumpulan data di mana peneliti mengajukan pertanyaan kepada orang yang diwawancarai atau responden untuk mengumpulkan data.⁶²

Penelitian ini menggunakan wawancara terarah. Menurut Burhan Bungin, metode wawancara ini lebih efektif karena responden terdiri dari siswa, guru, dan tokoh masyarakat yang memiliki kesadaran politik yang tinggi dan mampu menyampaikan pendapat dan persepsi mereka dengan jelas.⁶³

⁶¹ Suharsimi Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta). Hlm. 194

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi Mixed Methods*, (Bandung: Alfabeta, 2013) 188.

⁶³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi : Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, dan Pemasaran* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 138

Metode ini digunakan oleh peneliti untuk melakukan wawancara dengan beberapa informan, yang telah dijelaskan pada sub-sub sumber data penelitian dan subjek. Informan lainnya termasuk pengelola Kominfo Al-Amin dan individu lain yang dapat memberikan informasi tentang dakwah melalui literasi digital santri Kominfo Al-Amin Pabuwaran.

Penggunaan wawancara dan observasi dimaksudkan untuk mendapatkan data yang lebih lengkap, seperti yang dijelaskan Kriyanto. Dalam observasi, peneliti dapat mengamati seseorang atau masyarakat untuk waktu yang lama, tetapi dengan bertanya tentang aktivitas yang telah dilakukan, peneliti juga dapat memperoleh ide-ide informan, pikiran-pikiran, opini, perilaku, dan alasan yang mendorong mereka untuk melakukannya.

3. Dokumentasi

Alat pengumpulan data yang dikenal sebagai dokumentasi digunakan untuk mendapatkan informasi tambahan yang membantu proses analisis data dan interpretasi data. Metode dokumentasi ini digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang tim media Kominfo Al-Amin Pabuwaran. Informasi ini dapat ditemukan dalam berbagai dokumen, seperti data kepanitiaan, kerefrensian, jurnal, majalah, email, website, dan lainnya. Dokumentasi pendukung, termasuk rekaman hasil observasi kegiatan literasi digital dan interaksi antar pengurus dan anggota Kominfo. Catatan lapangan: Sebagai peneliti, kami akan selalu mencatat hasil observasi dan wawancara kami.

E. Teknik Analisis Data

Setelah data dikumpulkan melalui dokumentasi, hasil observasi, dan wawancara, pengecekan ulang dilakukan. Setelah data dianggap akurat dan lengkap, proses selanjutnya adalah melakukan analisis.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus untuk menganalisis data karena melibatkan kelompok untuk menganalisis kinerja dan pengalaman individu serta perilaku institusi. Aktivitas komunikasi tim media Kominfo Al-Amin

mencakup dakwah melalui literasi digital dan pengelolaan media menjadi pengalaman yang dicari setiap orang.⁶⁴

Setelah data dikumpulkan, penelitian ini menggunakan teknik analisis dari model interaktif Milles dan Huberman. Menurut model ini, teknik analisis data kualitatif dilakukan secara terus menerus dan mencakup tiga jenis aktivitas:⁶⁵

1. Reduksi data

Reduksi data adalah bagian integral dari analisis data, bukan hanya membuang data yang tidak diperlukan. Setelah memilih data penting, peneliti membuat kategori data yang relevan dengan masalah penelitian. Kategori datanya mencakup penjelasan tentang aktivitas literasi digital, termasuk metode yang digunakan untuk menyampaikan, media yang digunakan, dan program yang dimiliki dan dilaksanakan. dan tanggapan anggota dan target literasi digital terhadap aktivitas dan program di Kominfo Al-Amin Pabuwaran.

2. Penyajian data (*Display Data*)

Menurut Miles dan Huberman, *display data* mencakup proses mengorganisasikan data, yaitu menyatukan (kelompok) data dengan (kelompok) data lain sehingga semua data yang dianalisis benar-benar terintegrasi. Dengan menyajikan data yang berpusat pada rumusan masalah, penelitian ini telah terarah, dan penyampaiannya akan lebih mudah bagi peneliti. Data yang disajikan dalam penelitian ini berasal dari wawancara dan tinjauan dokumentasi dari berbagai sumber. Intinya, peneliti menyajikan data sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya.

3. Penarikan kesimpulan

Langkah ketiga, penarikan kesimpulan, mencakup makna yang telah disederhanakan, yang ditunjukkan dalam pengujian data dengan mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan logis dan metodologis, dan konfigurasi yang memungkinkan prediksi hubungan sebab akibat melalui hukum empiris. Selanjutnya, peneliti menganalisis hubungan antara pola yang terbentuk dari data

⁶⁴ Dja'man Satori dan Aan Komariah, Metodologi Penelitian Kualitatif. (Bandung: Alfabeta, 2014) hlm 202.

⁶⁵ Pawito, Penelitian Komunikasi Kualitatif. (Yogyakarta: Lkis Yogyakarta, 2007) hlm 104-106.

yang mereka kumpulkan dan memverifikasinya dengan teori literasi digital. Data yang dapat diandalkan akan digunakan untuk menguji kesimpulan ini.

F. Keabsahan Data

Uji keabsahan data bertujuan untuk mengevaluasi validitas data yang dikumpulkan, karena penelitian kualitatif dianggap sah ketika memiliki tingkat kepercayaan, keteralihan, dan kepastian yang cukup.

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan atau mengecek ulang tingkat kepercayaan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber. Misalnya, lakukan perbandingan antara temuan pengamatan dan temuan wawancara, atau bandingkan pernyataan umum dengan pernyataan pribadi.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian: Komunikasi dan Informasi (Kominfo) Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran

1. Sejarah Kominfo Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara

Komunikasi dan Informasi Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin atau yang dikenal dengan sebutan Kominfo Al-Amin merupakan sebuah badan independent yang ada di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara yang menaungi pengelolaan akun media sosial resmi pondok.

Sebelum dikenal sebagai Kominfo seperti saat ini, Kominfo memiliki perjalanan yang sangat panjang. Konsep awal dibetuknya Kominfo yaitu berangkat dari obrolan dari Gus Muzakka Anbaby yang merupakan salah satu putra dari pengasuh Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran yaitu Romo Kyai Haji Muhammad Ibnu Mukti. Beliau menghendaki adanya sekelompok santri yang membuat dan mengelola akun media sosial pondok pesantren. Beliau memiliki keinginan untuk memperkenalkan Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin mulai dari pengasuh pondok, santri-santri bahkan kegiatan pondok pesantren lewat dunia digital.

Namun, ketika dibahas dalam rapat pengurus pondok, ternyata tidak ada satupun departemen dalam kepengurusan yang menyanggupi mengambil peran itu. Berangkat dari keresahan itu, beberapa santri angkatan 2014 diantaranya Burhan Yahya, Hani Sukowati, Siti Nur Aisyah, Alfiyah, dan kawan-kawan bertekad mewujudkan keinginan dari Gus Muzakka Anbaby dan kemudian membentuk tim kecil yang diberi nama tim Kominfo.

“Tapi jauh sebelum Kominfo Modern saat ini terbentuk, embrio-embrionya sudah ada”⁶⁶

Sebelum terbentuknya Tim Kominfo, dari departemen-departemen dalam kepengurusan pondok sudah melakukan sebuah kegiatan yang memperkenalkan santrinya dengan kegiatan literasi digital. Seperti dari Departemen Penalaran dan

⁶⁶ Villa Siva, *Wawancara*, Pabuwaran, 09 Mei 2023.

Keilmuan (PNK) tahun 2010 telah melakukan sebuah kegiatan jurnalistik dalam bentuk blog dengan nama bulletin Al-Afkar dan beralamat web gugahbentangi.wordpress.com, dan pada tahun 2013 sekertaris pondok juga mengelola blog dengan nama Ruang Dunia dan beralamat web ppqalamin.blogspot.com, dan ada juga tim kecil yang fokus dibidang vidiografi bernama Opor Badak yang eksis pada zamannya.

Pada tahun 2017, tepatnya pada pelaksanaan Mukhtar dalam pembahasan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga, kominfo diusulkan oleh salah satu peserta forum dan disetujui oleh seluruh peserta Pabuwaran. Kemudian pada awal tahun 2018, kepengurusan kominfo resmi dilantik oleh Gus Cholil Rahman selaku perwakilan pengasuh. Sesuai keterangan pada Surat Keputusan (SK) tersebut, periode masa jabatan kepengurusan kominfo adalah dua tahun.

Pada tahun pertama, Kominfo masih sering terjadi pergantian ide yang berujung pada ide dibuatnya 2 akun media sosial. Akun media sosial dengan nama Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran sebagai akun official dan akun dengan nama Rubik Al-Afkar sebagai akun pendukung. Rentang dua tahun awal bagi organisasi kominfo, banyak perkembangan yang terjadi, diantaranya penambahan platform publikasi yakni youtube yang kemudian diberi nama Al-Afkar Channel, blog baru dengan alamat alaminkominfo.blogspot.com., radio online, logo kominfo, bulletin Al-Afkar.

Setelah periode jabatan kepengurusan pertama kominfo berakhir, kebijakan perubahan periode jabatan menjadi satu tahun. Perubahan ini berlaku untuk seluruh organisasi di PPQ Al-Amin Pabuwaran. SK kepengurusan yang kedua untuk Kominfo dikeluarkan pada 10 Januari 2020. Selama kepengurusan kominfo yang kedua, terjadi perubahan yang cukup besar. Hal ini terbukti dari keberhasilan kepengurusan dalam mencapai tujuan untuk memiliki peralatan yang mendukung kegiatan kominfo, seperti kamera. Selain itu, untuk pertama kalinya dalam kepengurusan kominfo yang kedua ini, kominfo menggunakan Pakaian Dinas Lapangan (PDL) sebagai identitas saat bertugas. Di kepengurusan kedua ini juga dibentuk tim kecil internal Kominfo untuk mengelola usaha dana sekaligus mengelola akun Instagram perusahaan Kominfo, alaminpabuwaran_store, yang

menjual berbagai macam produk, seperti kaos, gantungan kunci, stiker, dan lain sebagainya dan keuntungan itu digunakan untuk menunjang kegiatan-kegiatan kominfo.

Terdapat beberapa jenis-jenis media sosial yang dipilih oleh Kominfo untuk dijadikan alat komunikasi dakwah antara lain: Instagram, Facebook, Youtube. Akun Instagram yang dibuat sejak 2016 hingga kini terdapat 4.332 pengikut, 419 postingan dan 1331 teman yang ada di facebook. Kemudian untuk youtube sendiri sudah mulai bergabung pada tahun 2018 dengan jumlah subscriber 1,93 ribu dan 230 video. Namun, pada tahun akhir tahun 2021 terjadi pembobolan akun email sehingga mengakibatkan segala akun media sosial yang menggunakan email tersebut tidak dapat diakses kembali. Oleh karenanya pada tahun 2022 tim Kominfo membuat akun youtube yang baru dengan nama Al-Amin Pabuwaran Official yang saat ini sudah mencapai 1,04 ribu subscriber, 140 video, dan 40.355 kali ditonton.

Perkembangan pengikut akun PPQ Al-Amin Pabuwaran hingga saat ini tentunya tidaklah mudah. Dengan adanya kebijakan santri diperbolehkan untuk membawa smartphone dan laptop mempermudah santri untuk mengakses informasi lebih luas. Perubahan kebijakan ini tentunya menjadi tonggak penting dalam kajian kepesantrenan. Keterbukaan ini tentunya dihadirkan untuk mengembangkan tradisi salaf akademik pesantren dan keilmuan modern. Dengan adanya kebijakan ini, pesantren telah berusaha membuka diri kearah yang lebih transformatif dan progresif, serta terbuka dengan dunia luar.

2. Struktur Organisasi Kominfo

Melalui dokumen penting dari Kominfo Al-Amin menjelaskan mengenai gambaran struktur organisasi yang ada di dalam Kominfo Al-Amin, yaitu sebagai berikut:⁶⁷

a.	Pimpinan Redaksi	Renisa Rahma Gustiarini
b.	Wakil Pimpinan Redaksi	Novia Aliatussyiam
c.	Sekretaris	Aprilia Dwi Herawati
d.	Bendahara	Istijabah Anggit Lintang Prasasti

⁶⁷ Dokumen Kominfo Al-Amin, 09 Mei 2023

e.	Admin Media Sosial	Diah Ayu Anggraeni
f.	Divisi Video Grafis	Ahmad Fauzi (Koordinator) Fujiatun Nur Istiqomah Alfi Maulani Trias Sayekti
g.	Divisi Desain Grafis	Ulul Fatwa Zaharoh (Koordinator) Annisa Dwi Pratiwi Drajat Pamungkas Lu'lu Suroya
h.	Divisi Konten Kreator	Mahendra Alfiqih (Koordinator) Ufi Al Istafidah Joyce Artha Kafi Ana Fitrotul Lisa
i.	Divisi Fotografi	Riry Intan Soliha (Koordinator) Annisa Rahmawati Anis Ma'rifah Akbar Fauzi Ismail
j.	Divisi Broadcasting	Arif Ramdhani (Koordinator) Mohammad Amin Tohari Aprilia Syahrani Fitria Choerotul Munawaroh
k.	Training & Development	Nidaurrohmah (Koordinator) Alfiana Ayuniza
l.	Tim Eksternal	Tri Palupi (Koordinator) Zahro Chindy Putri Umi Ismi Qotim Wuri Indah Hasza Khurul 'Ain

Deskripsi status dan peran dari struktur organisasi Kominfo sebagai berikut:

a. Pimpinan Redaksi

- 1) Bersama dengan dewan pembina menentukan pengurus inti Kominfo Al-Amin
- 2) Mengkoordinir segala program kerja yang telah ditetapkan tiap divisi dalam Kominfo Al-Amin agar berjalan dengan baik
- 3) Memberikan arahan kepada semua tim redaksi tentang konten yang akan dimuat
- 4) Memimpin tim Kominfo Al-Amin dalam menentukan apakah suatu kejadian tertentu bisa memiliki nilai berita atau tidak
- 5) Menentukan layak tidaknya suatu berita, foto, dan desain untuk setiap konten yang telah dibuat oleh divisi
- 6) Memimpin rapat redaksi
- 7) Bertanggung jawab atas isi redaksi dan kualitas konten
- 8) Merencanakan koordinasi dengan pembina Kominfo Al-Amin, dewan pembina PPQ Al-Amin Pabuwaran, pimpinan badan dependen dan independent pondok agar saling bersinergi
- 9) Menjalin kerjasama, silaturahmi dan bertanggungjawab terhadap pihak lain

b. Wakil Pimpinan Redaksi

- 1) Membantu pimpinan redaksi Kominfo Al-Amin melaksanakan fungsi dan tanggung jawabnya
- 2) Mewakili pimpinan redaksi Kominfo Al-Amin dalam mengadakan pertemuan khusus dengan pengurus santri putri.
- 3) Berkolaborasi dengan pimpinan redaksi dalam pembuatan struktur, kebijakan, dan sistem Kominfo Al-Amin

c. Sekretaris

- 1) Melakukan pengelolaan administrasi kesekretariatan, korespondensi dan kearsipan
- 2) Melakukan pengelolaan inventaris organisasi serta pengadaan kebutuhan kesekretariatan
- 3) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan redaksi sesuai dengan kepentingan dan perkembangan organisasi

d. Admin Sosial Media

- 1) Mengelola akun official Al-Amin
- 2) Membuat, memposting dan mempublikasikan konten

e. Bendahara

- 1) Menentukan anggaran yang disesuaikan dengan kebutuhan Kominfo Al-Amin
- 2) Melakukan Pembukuan mengenai pengeluaran serta pemasukan keuangan
- 3) Melakukan pengadaan barang yang dibutuhkan divisi

f. Divisi Vidio Grafis

Mendokumentasikan serta sebagai eksekutor bakat santri agar lebih dikembangkan dan diketahui khalayak umum melalui konten yang menarik dalam bentuk audio visual baik di akun instagram maupun di akun youtube PPQ Al Amin Pabuwaran.

g. Divisi Desain Grafis

Desain grafis merupakan suatu bentuk komunikasi yang dilakukan secara visual. Divisi ini menangani berbagai hal yang bersangkutan dengan desain grafis, mulai dari ilustrasi hingga branding yang tidak terlepas dari divisi lain. contohnya pembuatan banner, slogan, pamflet dan lainnnya.

h. Divisi Content Creator

Divisi konten creator memiliki tugas yaitu, mengumpulkan ide, data, serta melakukan pengecekan ulang dan membuat konsep untuk menghasilkan sebuah konten.

i. Divisi Broadcasting

Divisi ini melakukan proses penyebaran informasi kepada masyarakat luas yang disiarkan melalui media penyiaran secara bersamaan.

j. Divisi Fotografi

Divisi ini memiliki tugas mendokumentasikan setiap kegiatan yang ada di PPQ Al-Amin Pabuwaran.

k. Divisi Training and Development

Divisi ini memiliki tugas mengadakan pelatihan, seminar, dan lainnya untuk seluruh santri Al-Amin mengenai seputar literasi digital, public speaking, dan lain sebagainya.

1. Tim Eksternal

Tim eksternal di Kominfo Al-Amin berperan sebagai tim media dari masing-masing pondok cabang. Tugas dari tim eksternal sendiri meliputi seluruh tugas dari masing-masing divisi.

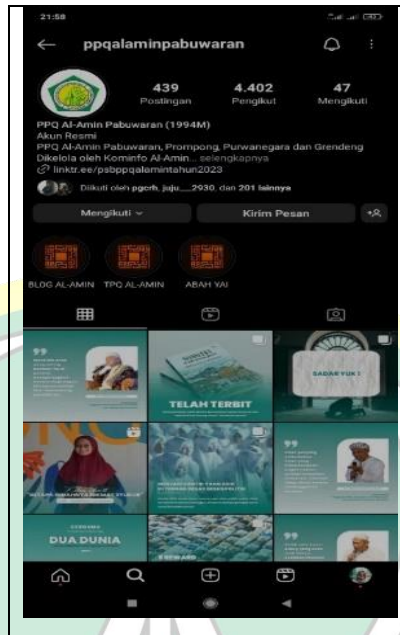
B. Pembahasan

Pada bagian pembahasan temuan ini, peneliti akan menjelaskan dan mendeskripsikan data-data yang dihasilkan dari proses pengumpulan data yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data tersebut berkaitan dengan fokus masalah yang telah ditetapkan oleh peneliti dalam penelitian tentang pengelolaan media sosial sebagai media dakwah di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran. Maka pada pembahasan ini peneliti akan mengemukakan temuan penelitian yang diperoleh dilapangan.

Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin menggunakan beberapa media sosial yang dijadikan sebagai sarana informasi, komunikasi, dalam menyampaikan informasi terkait tentang kegiatan-kegiatan pondok pesantren dan dalam menyiarkan dakwahnya. Masing-masing media sosial, mempunyai konten yang berbeda-beda, dalam hal ini disesuaikan dengan segmentasi dan karakteristik media sosial. Selain itu, konten harus dibuat semenarik mungkin, untuk mendapat perhatian dari khalayak. Adapun beberapa akun media sosial yang digunakan Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran sebagai berikut:

1. Instagram

Pada media sosial Instagram saat ini, memiliki pengikut sebanyak 4.402, 439 postingan, 47 yang diikuti. Pada akun Instagram @ppqalaminpabuwaran Kominfo Al-Amin mengunggah konten-konten edukatif dan literasi. Kominfo juga memanfaatkan semua fitur yang berada di Instagram. Mulai dari memposting cerita Instagram berupa pamflet tentang materi kajian, pamflet kegiatan, pamflet quotes, bahkan keseharian para santri. Dan tidak lupa juga melakukan siaran langsung pada akun Instagram pesantren.



Gambar 1: Tampilan Halaman Instagram @ppqalaminpabuwaran⁶⁸

Adapun fitur pendukung lain yang dapat membuat konten foto atau video yang diunggah menjadi lebih menarik yakni:

a) Caption

Caption yaitu keterangan atau penjelasan yang ditulis untuk memperkuat dan menambah daya tarik dari pesan yang ingin disampaikan dari konten yang diunggah dan membuat audien lebih memahami makna dari dakwah yang disebarkan.

b) Tagar

Tanda yang berbentuk pagar (#) dikenal sebagai hastag atau tagar. Dengan menambahkan tanda tagar ke caption, pengguna Instagram dapat lebih mudah menemukan foto, video, atau konten yang masih berhubungan dengan hastag yang ditulis. Penggunaan hastag di caption akan memperluas cakupan dakwah karena semua pengguna Instagram dapat melihat informasi yang terkait dengan hastag tersebut.

Adapun konten-konten Instagram yang diprogramkan oleh Kominfo Al-Amin sebagai berikut:

a) Dawuh Abah

⁶⁸ Dokumentasi,

Dawuh Abah merupakan konten yang berisikan materi-materi saat pembelajaran di pondok pesantren Al-Qur'an Al-Amin yang disampaikan oleh pengasuh pesantren yaitu K.H. Muhammad Ibnu Mukti atau yang biasa di panggil oleh santri-santri dengan sebutan abah mukti. Pada konten dawuh abah tersebut juga dicantumkan caption untuk menambah penjelasan pada gambar postingan. Disertakan juga penggunaan tagar #dawuhabah agar konten lebih mudah diakses oleh pengguna Instagram.



Gambar 2: *screenshot* akun Instagram untuk hasil produk konten Dawuh Abah

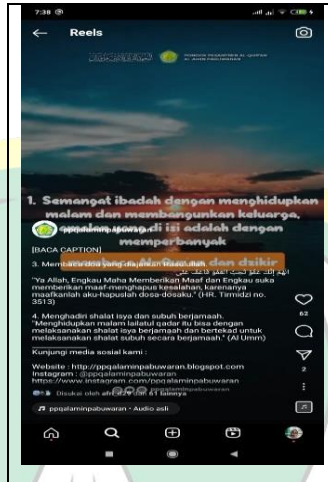
b) Quotes

Quotes-quotes yang dijadikan bahan konten oleh Kominfo Al-Amin berasal dari kata-kata para santri, para guru bahkan para ulama. Hal ini tentunya hampir sama dengan konten dawuh abah yang membedakan hanyalah siapa yang mengatakan kata tersebut.



Gambar 3: Screenshoot akun Instagram hasil dari produk konten quotes⁶⁹

c) Video pesan dakwah



Gambar 4: Screenshoot reels akun @ppqalaminpabuwaran produk konten video pesan dakwah.⁷⁰

Dalam berdakwah yang memadukan desain visual dengan audio dari narasumber. Konten ini mendapatkan respon baik dari netizen karena dirasa lebih menarik untuk dapat dinikmati dan didengarkan.

d) Tips dan trik, Pengetahuan, Materi

Dalam melakukan produksi konten kominfo Al-Amin juga membagikan tips dan trik mengenai berbagai macam hal, dan juga membagikan sebuah peristiwa yang sedang viral.



⁶⁹ akun instagram @ppqalaminpabuwaran diakses pada 15 juni 2023

⁷⁰ Akun Instagram @ppqalaminpabuwaran Diakses Pada 15 Juni 2023

Gambar 5: *Screenshoot* akun Instagram @ppqalaminpabuwaran tips dan trik, pengetahuan.

e) Teaser konten youtube

Tampilan Instagram pada reels yang dikelola oleh kominfo al-amin juga menayangkan cuplikan atau teaser dari konten yang akan dipublikasikan di youtube seperti kalam jumat, film pendek. Hal ini ditunjukkan agar menarik perhatian dari para penonton dan membagikannya juga di grup-grup whatsapp.

“Sekarang ini kebanyakan netizen lebih sering scroll Instagram dan jarang-jarang yang *scroll* di youtube. Untuk itu, konten yang di youtube seperti kultum, short movie, santri harus tau, dan lain-lain kita buat *spoiler* yang menarik untuk di upload di Instagram dan meng-share ke grup-grup whatsapp.”

Kemudian Novia mengatakan bahwa, media sosial juga dipergunakan oleh Tim Kominfo sebagai perantara meluaskan jangkauan penerima dakwah, kegiatan yang ada di Pondok Pesantren Al-Qur’an Al-Amin Pabuwaran, dengan cara melakukan live streaming.

“Tim Kominfo juga melakukan *live streaming* dalam beberapa kegiatan yang ada di Pondok Pesantren Al-Qur’an Al-Amin Pabuwaran, biasanya jika ada di Pondok cabang Purwanegara dan Prompong kita mengadakan siaran live di Instagram dan untuk kegiatan-kegiatan dengan skala besar biasanya kita melakukan live streaming di Youtube.”⁷¹

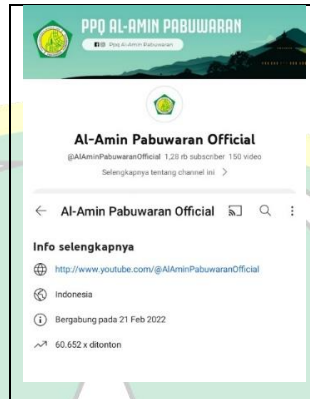
Mahendra mengatakan dengan seiring bertambahnya fitur-fitur yang ada di media sosial khususnya Instagram, hal ini mempermudah Tim Kominfo melakukan interaksi dan mendapatkan *feedback* dari para pengikutnya yaitu dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada.

“Sebisa mungkin konten dibuat dengan menggunakan semua *tools* yang ada di media sosial, misalnya Instagram kami berusaha untuk memakai semua yang ada di dalamnya seperti feed, story, reels, igtv. Kemudian kami tetap membangun komunikasi sosial dua arah dengan masyarakat terutama pengikut

⁷¹Baha’ul Labib, *Wawancara*, Pabuwaran, 23 Februari 2023.

kami dengan metode kuis, polling, dan tanya jawab melalui *tols story* Instagram.”⁷²

2. Youtube



Gambar 7: Screenshoot tampilan akun youtube Al-Amin Pabuwaran Official

Adapun tampilan dari youtube yang dikelola oleh Kominfo Al-Amin dengan nama channel Al-Amin Pabuwaran Official yang dibuat pada 21 Februari 2022 dan sekarang memiliki subscriber sebanyak 1,28 ribu, 150 video dengan 60.652 kali ditonton.

Beberapa produk konten yang diunggah di youtube Al-Amin Pabuwaran Official sebagai berikut:

a) Kalam Jum'at, Kultum Ramadhan

Pada program acara ini, Kominfo Al-Amin mengajak kepada seluruh santri Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin baik yang berada di pusat atau di cabang untuk ikut berpartisipasi dalam pembuatan konten tersebut. Selain itu, program acara ini juga sebagai perantara melatih public speaking dari masing-masing santri. Kedua program ini hampir sama yang membedakan hanyalah waktunya. Jika program kalam jum'at hanya akan tayang jika hari jum'at dengan durasi waktu 90 detik berbeda dengan kultum Ramadhan, program ini akan tayang pada saat bulan Ramadhan saja dan dengan durasi 5-7 menit.

⁷²Mahendra Fiqih, *Wawancara*, Pabuwaran, 30 April 2023



Gambar 8: Screenshot tampilan daftar kultum Ramadhan dan Kalam Jum'at dari akun Al-Amin Pabuwaran Official

b) Short Movie

Kominfo Al-Amin juga berdakwah dengan melalui film pendek. Dengan membuat sebuah cerita yang diperankan oleh para santri kemudian dalam film pendek tersebut disisipi dengan pesan dakwah. Hal ini dilakukan untuk mengajak santri berdakwah dengan cara yang modern. Agar nantinya santri juga dapat berdakwah melalui media sosial dan dapat menguasai dunia digital. berdakwah dengan cara seperti ini dirasa tidak membosankan untuk para penontonnya.

c) Santri Harus Tahu

Program ini berisi tentang kajian-kajian atau pembahasan tentang materi maupun praktek berupa hukum-hukum Islam yang disampaikan oleh para ustadz-ustadzah yang ada di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran.

3. Facebook



Gambar 9: *Screenshoot* tampilan halaman utama facebook akun PPQ Al-Amin Pabuwaran

Pada akun facebook PPQ Al-Amin Pabuwaran memiliki teman sebanyak 1.329. Postingan di facebook lebih kepada konten yang berupa foto atau gambar baik itu merupakan hasil dokumentasi kegiatan maupun yang sudah di olah menjadi sebuah pamflet. Isi dari konten yang ada di facebook cenderung sama dengan postingan yang ada di Instagram.

Fenomena kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini menjadikan para pengurus Kominfo semakin gencar berinovasi dalam mengembangkan dakwah dengan memanfaatkan *platform* atau media sosial untuk menjadi salah satu sarana mengkomunikasikan dakwah. Dalam berdakwah strategi juga merupakan hal yang sangat penting dalam menghasilkan dakwah yang efektif dan efisien. Sehingga dengan adanya strategi dakwah dapat dijadikan acuan tentang dakwah yang telah dilakukan agar proses penyampaian dakwah dapat berjalan dengan baik.

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui pengelolaan media sosial yang digunakan sebagai media dakwah oleh Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin, peneliti menggunakan tentang tahapan-tahapan strategi, diantaranya sebagai berikut:

1. Perencanaan Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara

Perencanaan merupakan inti manajemen sehingga semua kegiatan organisasi yang bersangkutan harus didasarkan kepada rencana tersebut, dengan perencanaan memungkinkan para pengambil keputusan untuk menggunakan

sumber daya mereka secara guna dan berhasil. Perencanaan merupakan hal yang sangat vital dalam sebuah organisasi baik lembaga pemerintah maupun swasta, baik lembaga Pendidikan maupun non Pendidikan.

Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin dalam upaya pengelolaan media sosial sebagai media dakwah memilih beberapa langkah awal dalam menentukan perencanaan. Berikut wawancara dengan dewan pembina kominfo, Baha'ul Labib menyatakan:

“Al-Amin dalam mengelola sosial media sudah membentuk sebuah tim media yang bernama Kominfo. Tujuan dari bentuknya Kominfo sendiri untuk memperkenalkan pesantren mulai dari abah, santri dan juga kegiatannya. Kominfo ini yang mengelola semua akun sosial media Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin. Jadi semua upaya perencanaan dalam pengelolaan media sosial di Al-Amin ini, diadakannya rapat kerja pada awal kepengurusan baru Kominfo Al-Amin. Di dalam rapat kerja tersebut terlebih dahulu kami menganalisis kebutuhan yang dibutuhkan. Apa saja program-program yang akan dilakukan, informasi apa saja yang perlu disampaikan bahkan sampai pada membuat anggaran pelaksanaan. Dan pembagian tugas terhadap semua anggota Kominfo.”⁷³

Sesuai dengan observasi yang dilakukan oleh penulis, di dalam pengelolaan media sosial, Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin telah memiliki kepengurusan khusus bagian pengelola akun sosial media pesantren yang disebut Kominfo. Langkah awal perencanaan yang dilakukan oleh Pimpinan Redaksi yaitu mengadakan rapat kerja terlebih dahulu. Rapat kerja dilakukan pada awal kepengurusan baru dan mengadakan rapat evaluasi setiap sebulan sekali. Rapat kerja diikuti oleh seluruh anggota Kominfo dan turut mengundang dewan pembina, pengurus pesantren dan pengurus badan independent lainnya. Dalam rapat kerja tersebut akan ditentukan sasaran dan tujuan dari dibuatnya sebuah program kerja.

Bentuk kegiatan yang dilakukan Kominfo Al-Amin bermacam-macam, hal ini disesuaikan dengan sasarannya, Novia menjelaskan bahwa sasaran utama

⁷³ Baha'ul Labib. *Wawancara*. Pabuwaran. 23 Februari 2023

dakwah dari Kominfo adalah untuk kalangan santri Al-Amin. Selain itu, target umumnya yaitu untuk para followers nya.

“Target utamanya dari kalangan santri dulu, karena memang sumber daya manusia nya dari santri. Selain itu, kita juga menargetkan untuk seluruh followersnya mengingat followersnya di Instagram bukan hanya dari santri Al-Amin melainkan ada yang dari luar santri Al-Amin dan Alumni Al-Amin.”⁷⁴

Sasaran dakwah yang ditargetkan oleh Kominfo Al-Amin secara umum ditunjukkan kepada khalayak umum. Namun, dakwah pada akun Instagram @ppqalaminpabuwaran, *channel* youtube al-amin pabuwaran official dan *fanpage* facebook PPQ Al-Amin Pabuwaran ini sasarannya lebih dikhususkan kepada santri Al-Amin.

Secara umum, proses perencanaan yang dilakukan oleh Kominfo mencakup menentukan konsep, sasaran dakwah, materi konten, pengumpulan data atau materi, pembuatan atau editing konten dan pengunggahan hingga memberikan *feedback* kepada *followers*.

Dalam proses perencanaan konten yang dilakukan oleh Kominfo Al-Amin diawali dengan mengumpulkan data tentang karakteristik dan fitur-fitur yang terdapat pada masing-masing media sosial yang digunakan. Konten-konten ini direncanakan disesuaikan dengan fitur yang terdapat di media sosial yang digunakan, dengan begitu memudahkan *followers* mencari dan melihat konten yang digemarinya. Seperti dengan membuat membuat video pendek, poster-poster dan lainnya. Adapun nama-nama program konten yang direncanakan oleh Kominfo Al-Amin untuk masa kerja satu tahun kedepan diantaranya sebagai berikut:

a. Dawuh Abah

Dalam aktifitas dakwah “Dawuh Abah” Kominfo Al-Amin yaitu berisikan tentang kata-kata atau dawuh dari Abah.

b. Video Pesan Dakwah

Dalam pembuatan video singkat yang berisi pesan-pesan dakwah dan menyikapi fenomena-fenomena atau bentuk hukum syari, tips dan trik, amalan

⁷⁴Novia Alliyatussyam, *Wawancara*, 21 April 2023

sunah, hikmah-hikmah dalam hukum Islam yang kemudian diposting di reels Instagram.

c. Yaumul Milad

Yaumul milad yaitu konten yang berisi tentang hari ulang tahun pengasuh, keluarga pengasuh Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran.

d. Tips dan Trik

Konten ini berisi tentang sebuah Tips dan Trik dan di posting dalam 2 bentuk yaitu postingan feed dan reels.

e. Quis

konten ini merupakan sebuah bentuk usaha dari Kominfo Al-Amin untuk dapat berinteraksi dengan pengikut secara dua arah dan sebagai intermezzo atau pengulangan materi yang disampaikan di dalam kegiatan belajar mengajar.

f. Rutinan

Merupakan konten yang berisi tentang kegiatan yang dilakukan di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran seperti kegiatan belajar mengajar, kegiatan Sholawat, dan kegiatan lainnya.

g. Cerita Bersambung

Konten ini diposting di Instagram dalam bentuk caption dalam bentuk cerita yang bersambung.

Nama-nama program konten di atas merupakan konten-konten yang nantinya akan di *upload* di instagram dan facebook. Adapun konten-konten yang di *upload* di youtube sebagai berikut:

a. Kalam Jum'at

Merupakan konten yang di unggah di youtube dan cuplikan dari konten ini di posting di reels. Konten ini berisikan tentang seorang santri yang mengisi materi atau ceramah dengan durasi waktu 90 detik.

b. Kultum Ramadhan

Konten ini hanya dibuat saat bulan Ramadhan yang ditayangkan di youtube dan cuplikan di reels. Konten ini berisikan tentang ceramah yang dilakukan oleh santri Al-Amin dengan durasi 3-7 menit.

c. Short Movie

Short Movie yang dibuat oleh tim Koinfo Al-Amin memiliki cerita yang mengandung hikmah atau dakwah namun dibungkus dengan sebuah alur cerita yang cukup menarik. Konten ini diperankan oleh santri-santri al-amin sendiri.

d. Santri Harus Tahu

Konten ini merupakan konten youtube yang berisi tentang kajian-kajian atau pembahasan tentang materi maupun praktek berupa hukum-hukum Islam yang disampaikan oleh para ustadz-ustadzah yang ada di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran.

Konten-konten ini direncanakan disesuaikan dengan fitur yang terdapat di media sosial yang digunakan, dengan begitu memudahkan *followers* mencari dan melihat konten yang digemarinya. Seperti dengan membuat video pendek, poster-poster dan lainnya. Dengan begitu pengelola dapat menentukan materi konten apa saja yang sekiranya diperlukan atau dibutuhkan dan dapat diterima oleh khalayak umum.

Selain menyebarkan konten dakwah, Koinfo Al-Amin menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk mencari sumber. Sumber yang dimaksud adalah bahan-bahan konten, tema yang akan diproduksi, dan yang akan dipublikasikan ke publik. Sumber ini dimaksudkan untuk mengetahui keadaan publik sehingga konten yang disebarkan dapat diterima oleh khalayak., Novia mengungkapkan:

“Materinya diisi dengan apa yang sedang viral atau semenarik mungkin”⁷⁵

Ungkapan “viral” disini mengarah kepada keadaan dimana ada hal yang sedang menjadi perhatian khusus, sehingga ada hal yang penting dan perlu untuk diberikan penjelasan lebih lanjut, penggunaan media teknologi dengan tanpa alasan.

Pada proses pengumpulan data dan materi konten diawali dengan mengumpulkan foto atau video yang berasal dari divisi fotografi dan konten kreator. Kemudian setelah semua materi dan bahan konten terkumpul, maka data-data tersebut akan dibuat dan dikreasikan dengan kebutuhan konten yang telah direncanakan oleh pengelola.

⁷⁵ Novia Alliyatussyiam, *Wawancara*, Pabuwaran, 21 April 2023

Secara keseluruhan pada tahap perencanaan strategi ini pengelola melakukan identifikasi media dan mad'u, pembuatan *caption* dan menentukan taktik dakwah yang digunakan. Tentunya sebelum diadakannya perencanaan yang dipaparkan di atas, Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin juga memperhatikan fasilitas dari tim Kominfo Al-Amin walaupun belum secara maksimal. Seperti ruangan tempat khusus untuk menyimpan atau melakukan produksi, Kominfo belum mendapatkan fasilitas itu sehingga segala alat-alat kebutuhan seperti kamera, tripod, sound card, mixer, computer, perekam suara, stabilizer masih disimpan oleh salah satu anggota kominfo. Dan hal ini tentunya menyulitkan anggota yang lain ketika akan memakai alat tersebut.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, data0data yang diperoleh dari beberapa narasumber. Maka dapat disimpulkan bahwa proses perencanaan dalam pengelolaan media sosial sebagai media dakwah pada Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin ini dilakukan dengan langkah awal yaitu menganalisa kebutuhan terlebih dahulu dengan mengadakan rapat kerja. Dan dalam rapat kerja tersebut ditentukan dengan beberapa program yang akan dilaksanakan sebagai bahan pembuatan konten.

2. Pelaksanaan Pengelolaan Media Sosial sebagai Media Dakwah di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara

Pada tahap pelaksanaan dan komunikasi di media sosial pesantren lebih menekankan kepada proses pelaksanaan yang disesuaikan dengan perencanaan yang telah disusun sebelumnya. Kegiatan pembuatan konten merupakan kegiatan yang berhubungan langsung dengan aktifitas yang dilakukan oleh santri ketika ada kegiatan yang ada di Pondok Pesantren baik santri putri ataupun santri putra. Dalam proses pelaksanaan pembuatan konten disesuaikan dengan melihat jadwal pelaksanaannya. Dalam kegiatan pembuatan konten harian biasanya dilakukan dokumentasi saja, seperti kegiatan pengaosan abah ataupun ngaji kitab kuning.

Dalam proses pembuatannya anggota kominfo memiliki tugasnya masing-masing. Untuk bagian khusus memotret atau mendokumentasikan suatu kegiatan akan di lakukan oleh divisi fotografi. Divisi fotografi ini ditugaskan untuk mendokumentasikan semua kegiatan yang ada di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-

Amin ini. Masing-masing anggota di bagi tugaskan ada yang di wilayah putri dan di wilayah santri putra. Novia juga menjelaskan peran setiap divisi dalam setiap produksi, langkah-langkah yang dijalankan dalam pembuatan konten dakwah:

“Pembagian peran dalam setiap produksi itu pertama pembuatan ide dan pencarian materi konten itu dari konten kreator, yang kemudian akan dieksekusi oleh desain grafis atau video grafis tergantung ide itu mau dibikin dalam bentuk gambar saja atau dalam bentuk video. Kemudian setelah sudah jadi akan dicek dulu oleh tim asesor, direvisi misalkan ada ketidaksesuaian antara warna, kata, gambar, atau bahkan materinya. Setelah direvisi kemudian disetorkan ke admin untuk diupload ke akun media sosial”⁷⁶

Konten yang disajikan menunjukkan bahwa ide tidak hanya dari divisi konten kreator Kominfo Al-Amin saja, ada juga pihak-pihak yang ikut serta mengkontruksi konten yang ada dan pada akhirnya disebar di media sosial.

“Biasanya kita merucut ke beberapa akun Instagram pondok seperti Pondok Andalusia Leler, An-Nawawi Berjan, Lim production, Krapyak dan lainnya. Tapi kadang juga kita nemu inspirasi konten dari akun-akun kesantrian gitu.”

Kemudian setelah melakukan proses pembuatan konten barulah tim Kominfo melihat hasilnya terlebih dahulu guna melihat sisi letak kekurangan dalam pengambilan gambar dan videonya. Nantinya hasil konten yang sudah dibuat perlu didiskusikan terlebih dahulu khususnya dengan pimpinan redaksi untuk diberikan saran dan masukan hasil konten.

Proses pengeditan dibagi menjadi dua divisi yaitu divisi desain grafis dan divisi video grafis. Untuk hasil konten berupa foto atau gambar akan diproses oleh divisi desain grafis yang nantinya menghasilkan sebuah konten berupa pamflet maupun poster. Kemudian untuk hasil konten berupa video akan diedit oleh divisi video grafis, yang nantinya konten-konten tersebut akan diupload di reels dan juga youtube.

⁷⁶ Novia Alliyatussyam, *Wawancara*, 21 April 2023

Proses *editing* yang dilakukan mulai dari desain warna, pencahayaannya, dan untuk *backsound* musik mencari yang sesuai dan yang menarik. Contoh dalam pengambilan musiknya memilih yang sedang tren saat ini, tujuannya agar hasil konten yang telah diedit nantinya dapat menarik simpati publik untuk melihat ataupun menontonnya. Selain itu tim Kominfo melihat tutorial pengeditan yang diinginkan di youtube terlebih dahulu agar mempermudah proses pengeditannya.

Dalam membagikan konten Kominfo Al-Amin masih belum memiliki keteraturan waktu, ditemukan adanya penghambat dalam proses yang terjadi, maka dari itu berdampak pada beberapa macam konten yang dibagikan.

“Contoh dalam pembuatan konten short movie, script sudah siap untuk produksi tapi dari anak video grafis dan talent belum pas nemuin jadwal free untuk shooting dan akhirnya diundur-undur. Terus saat proses pengeditan yang kadang sedikit menguras waktu.”

Adapun timeline pengjadwalan memosting konten-kontennya sebagai berikut:

Hari	Story	Feed	Video	blog
Senin		Dawuh Abah		Tips-tips santri
Selasa	typografi		Reels Dawuh Abah / Ulama	
Rabu		Dawuh Abah / Tips-Tips		Tips-tips santri
Kamis	typografi		Reels Dawuh Abah / Ulama	
Jumat		Khutbah Abah		Ringkasan Khutbah Abah
Sabtu	kuis		Daily Inspiration	
Minggu	Lapak Santri	Tips-tips		
Mingguan			Short Movie	Berita
Bulanan			Podcast cerbung	Cerbung
Tahunan	Milad Keluarga ndalem	Milad Keluarga ndalem	Profil Pondok	Copywriting Profil pondok Karya Santri

Timeline Penting Kominfo Berdasarkan Rapat 26 Maret 20213

Gambar 10: Timeline Konten Kominfo Al-Amin

Berdasarkan gambar timeline tersebut masih banyak konten-konten yang belum terjadwalkan dalam tabel timeline tersebut. Sehingga dalam pelaksanaannya masih belum terlaksana secara maksimal.

Guna meningkatkan dan mengasah skill para anggota Kominfo Al-Amin untuk menunjang keberlangsungan perkembangan pengelolaan media sosial yang digunakan sebagai media dakwah, masing-masing divisi juga memberikan pelatihan-pelatihan kepada para anggotanya. Pelatihan yang diharapkan untuk bisa menularkan kreatifitas pemanfaatan media dan memberikan motivasi baik kepada

para santri dan untuk para calon anggota agar segera sadar sudah saatnya santri pesantren meluaskan wilayah dakwahnya yakni dengan media teknologi komunikasi informasi sebagai perantara dakwah, materi yang berhubungan dengan pembuatan desain meme dan pengambilan gambar, video, penggunaan alat-alat produksi hingga menjadi sebuah konten.

Seiring dengan berjalannya waktu, Kominfo Al-Amin Pabuwaran telah menjalankan beberapa program untuk santri dapat menggunakan media sosial sebagai perantara dakwah. Seperti yang dijelaskan oleh Mahendra Fiqih:

“Kami melakukan upgrading pada awal kepengurusan baru, jauh sebelum itu pelatihan juga dilakukan saat proses seleksi sehingga pada akhirnya terpilih kader Kominfo yang telah siap. Selain itu, didalam divisi juga dilakukan pelatihan oleh koordinator divisi.”

Pelatihan yang diadakan oleh kominfo pada masing-masing divisi berbeda-beda. Beberapa pelatihan yang diadakan oleh Kominfo diantaranya yaitu pelatihan desain grafis, pelatihan fotografi, pelatihan pembuatan video atau pengambilan video, pelatihan streaming.

Pada proses pengunggahan konten dilakukan beberapa tahap terlebih dahulu. Pertama, setelah pembuatan konten selesai dilakukan maka selanjutnya dilakukan pengeditan dan setelah proses pengeditan telah dilakukan selanjutnya yaitu diperlukan perevisian kembali oleh pimpinan redaksi, yang memang sudah ada kepengurusan khusus dibidang tersebut. Kemudian setelah proses pengeditan dan revisi selesai, barulah ke tahap selanjutnya yaitu mengkonsultasikan kepada tim asesor yang terdiri dari keluarga ndalem.

Ketika sudah mendapat persetujuan konfirmasi untuk di *upload* dari atasan melalui pimpinan redaksi barulah alan dilakukan pemostingan konten sesuai dengan karakteristik yang sesuai dengan akun media sosial yang digunakan. Media sosial yang dijadikan sebagai media dakwah Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran diantaranya youtube, Instagram, facebook dan melalui website blospot. Pengunggahan konten di media sosial dilakukan oleh admin sosial media yang beranggotakan hanya satu orang saja. Admin sosial media di Al-Amin memegang seluruh akun sosial media pesantren mulai dari youtube, website, facebook, email,

Instagram dan admin juga yang mengunggah dan merespon semua *feedback* dari *followers*. Tentunya sangat diharapkan bagi pesantren mendapatkan respon positif dari masyarakat yang menonton dan melihatnya.

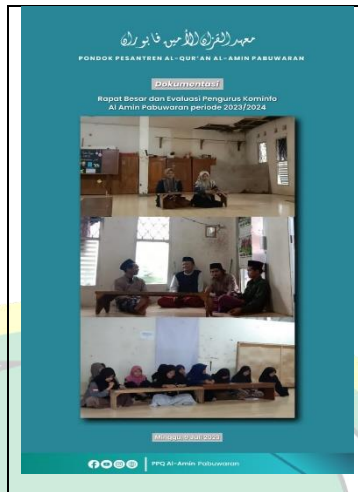
3. Evaluasi Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah Di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara

Evaluasi program pelaksanaan pengelolaan media sosial sebagai media dakwah merupakan kegiatan yang bermaksud untuk mengetahui program yang dilaksanakan tersebut telah mencapai tujuan atau tidak, apakah program sudah tepat atau masih perlu dibenahi, apakah pelaksanaan sudah sesuai dengan perencanaan program. Selain itu, pada tahap ini akan dilihat seberapa banyak respon terhadap program yang telah dilaksanakan serta dampak yang diperoleh. Evaluasi program ini berguna bagi para pengambil keputusan untuk menetapkan apakah perencanaan dan pelaksanaan akan diperbaiki, dimodifikasi atau ditingkatkan lagi.

Setelah mempublikasikan konten-konten dakwah di akun media sosial pesantren tentunya tidak luput melakukan evaluasi. Dalam evaluasi ini, tim kominfo meninjau kekurangan apa yang terdapat pada aktivitas dakwah yang telah dilakukan di media sosial. Evaluasi program pelaksanaan pengelolaan media sosial sebagai media dakwah di pondok pesantren Al-Qur'an Al-Amin berada dibawah pengawasan langsung dewan pembina. Evaluasi ini dilaksanakan secara terus menerus selama program berjalan dan setelah program berakhir.

“Dalam melakukan evaluasi terhadap program kerja yang kita jalankan kami mengadakan rapat evaluasi setiap bulan sekali. Apabila ada kendala, maka sebisa mungkin kita atasi supaya program yang ada tetap berjalan lancar. Hal ini nantinya juga menjadi pertimbangan kami sebagai bahan evaluasi untuk membuat program di tahun depan”⁷⁷

⁷⁷ Diah Ayu Anggraeni, *Wawancara*. 17 Juli 2023



Gambar 11: Dokumentasi rapat evaluasi
Rabu, 09 Juli 2023

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada narasumber diketahui bahwa evaluasi bulanan yang dilakukan di dalam rapat evaluasi bulanan yang merangkum program-program yang telah terlaksana baik program harian, program mingguan sekaligus program bulanan.

Pelaksanaan rapat evaluasi bulanan ini diikuti oleh semua anggota Kominfo mulai dari Pimpinan Redaksi hingga anggota divisi-divisi. Dalam kegiatan rapat evaluasi bulanan masing-masing dari setiap divisi juga memberikan kritik dan saran yang membangun kepada antar divisi. Tentunya hal ini dilakukan untuk memberikan solusi dari kendala yang dihadapi dalam menjalankan program tersebut. Adapun evaluasi bagi setiap divisi yaitu meliputi ketepatan waktu pelaksanaan program-program, pencarian bahan-bahan konten yang lebih kreatif dan menarik.

Proses kegiatan evaluasi pengelolaan dan pemostingan konten media sosial pesantren dilakukan dengan menganalisis konten yang telah diunggah atau diposting di akun media sosial yang dimiliki pesantren. Tim Kominfo menganalisis konten dengan memperhatikan respon masyarakat terhadap konten-konten yang diunggah, meliputi konten apa saja yang dapat menciptakan respon yang positif dari khalayak publik. Begitupun sebaliknya untuk konten yang mengundang respon kurang baik, maka tim kominfo lebih mengurangi untuk tidak mengunggah atau memposting konten tersebut. Dengan begitu dapat diketahui sisi letak

kekurangannya juga dalam pengolahan konten karena pengolahan konten juga berpengaruh terhadap respon publik mengenai konten yang telah diunggah di media sosial pesantren.

Disamping rapat evaluasi yang dilaksanakan tidak hanya melakukan evaluasi terhadap konten-konten dan postingan-postingan yang dikelola saja, namun evaluasi juga dilakukan terhadap kekompakan tim Kominfo Al-Amin hal ini tentunya membuat tim Kominfo akan lebih bertanggung jawab dan meningkatkan lagi kinerjanya untuk media pesantren.

4. Analisis Data

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, langkah berikutnya adalah analisis data, untuk lebih sistematisnya analisis data ini akan dikemukakan berdasarkan rumusan masalah yaitu Bagaimanakah Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran?

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metodologi kualitatif dan berpartisipasi dalam fenomena selain bertindak sebagai pengamat. Oleh karena itu, untuk menganalisis temuan penelitian ini, peneliti tidak hanya bertindak sebagai pengamat, tetapi juga berpartisipasi dalam kegiatan anggota Kominfo Al-Amin dan bergabung dengan *fanpage* Instagram dan YouTubenya. Rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti adalah tentang pengelolaan media sosial sebagai media dakwah.

a. Perencanaan dalam pengelolaan media sosial sebagai media dakwah di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran

Perencanaan adalah langkah pertama dalam mengelola media sosial sebagai media dakwah di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran dan juga langkah awal dalam menentukan kinerja suatu tujuan yang direncanakan. Dengan adanya perencanaan struktur pesantren dapat merengreng dan merencanakan program-program yang akan dilaksanakan untuk dijalankan kedepannya.

Hal ini selaras dengan pendapat Sudjana bahwa perencanaan adalah suatu proses mempersiapkan serangkaian keputusan untuk mengambil Tindakan di masa yang akan datang yang diarahkan kepada tercapainya tujuan-tujuan dengan

sarana yang optimal. Setelah Analisa kebutuhan tercapai maka selanjutnya dilakukan musyawarah di dalam rapat perencanaan. Dimana rapat kerja ini dilaksanakan setiap setahun sekali pada masa awal jabatan baru kepengurusan Kominfo yang di pimpin langsung oleh dewan pembina Kominfo yang diikuti oleh seluruh anggota Kominfo Al-Amin mulai dari Pimpinan Redaksi hingga divisi-divisi. Kegiatan rapat kerja guna membahas program-program yang akan direalisasikan untuk kedepannya. Sehingga dengan adanya program-program yang telah ditentukan guna Menyusun hubungan yang baik dengan masyarakat dan agar dakwah dapat tersampaikan dengan cara yang santu dan efektif efisien.

Dalam rapat kerja merumuskan juga cara-cara yang akan dilakukan dalam penyebaran dakwah, dimulai dari menentukan media, konten dakwaah, sasaran dakwah, mengumpulkan data atau pesan materi dan metode yang akan digunakan dalam melakukan pengelolaan terhadap media sosial yang digunakan,

Adapun media sosial yang digunakan Kominfo Al-Amin dan hingga kini masih aktif melakukan postingan yakni akun Instagram @ppqalaminpabuwaran, *channel* youtube Al-Amin Pabuwaran Official dan *fanpage* facebook PPQ Al-Amin Pabuwaran. Penggunaan ketiga media sosial ini merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh Kominfo Al-Amin dalam mengembangkan dakwah Islam dengan melakukan inovasi baru terhadap media sosial yang tengah digemari oleh masyarakat saat ini.

Namun media sosial yang digunakan sebagai media dakwah tidak akan berkembang bahkan bermanfaat tanpa adanya tangan-tangan terampil dan bijak. Oleh karena itu perlu adanya orang-orang yang mau dan mampu menggunakannya demi tersebarnya informasi keagamaan yang tepat guna demi untuk kesejahteraan hidup sasaran dakwah.

Adapun unsur yang mempengaruhi dalam proses inovasi konten pada media sosial yang dikelola oleh Kominfo Al-Amin adalah melalui sebuah ide yang dicetuskan oleh para konten kreator dengan memikirkan bagaimana cara untuk menyampaikan pesan dakwah memanfaatkan karakteristik yang terdapat pada masing-masing media sosial. Karena karakteristik setiap media sosial berbeda dan segmentasi khalayak yang dibidik pun berbeda-beda. Meskipun

jenis konten dan *platform* media sosial yang dipilih berbeda, pesan yang terkandung dalam setiap media sosial yang digunakan harus sama dan konsisten.

Tim Kominfo Al-Amin dituntut agar dapat menyajikan konten-konten yang kreatif agar bisa menarik khalayak agar tertarik untuk menonton dan melihat postingan di akun sosial media sosial pesantren. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa tim Kominfo Al-Amin memahami khalayak yang akan dijadikan sasaran dakwah. Dengan begitu jangkauan dakwah tidak hanya sekadar aktivitas ceramah. Namun, segala orang yang terlibat dalam berdakwah tersebut dapat dikatakan sebagai pendakwah, karena dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara.

Perencanaan pesan yang dilakukan oleh tim Kominfo berpatok pada kondisi dan karakteristik pengikutnya. Dimana pesan yang diangkat berkaitan dengan permasalahan atau keseharian dari masyarakat yang disampaikan secara informatif dan persuasif.

Pada tahap ini dapat dilakukan dengan mengamati aktivitas khalayak untuk mengetahui konten jenis apa yang mereka inginkan, seberapa banyak materi dakwah yang dapat disajikan dalam konten tersebut, jenis materi apa yang dibutuhkan netizen, dan dengan cara seperti apa materi dakwah tersebut dapat disampaikan kepada mad'u. selanjutnya data-data yang didapatkan dapat dijadikan acuan dari lembaga dakwah dalam proses memproduksi konten-konten dakwah untuk akun media sosialnya, sehingga memunculkan konten-konten yang sesuai dengan karakteristik media sosial yang digunakan.

Seluruh kegiatan awal tersebut merupakan proses perencanaan yang dilakukan oleh tim Kominfo agar program-program konten yang dibuat dapat diterima oleh khalayak. Perencanaan ini juga menjadi acuan untuk aktivitas yang akan dilakukan di tahap selanjutnya.

b. Pelaksanaan pengelolaan media sosial sebagai media dakwah di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran

Pelaksanaan adalah suatu hal yang sangat penting dari suatu program kegiatan, karena dengan pelaksanaanlah kegiatan akan dimulai. Dalam pelaksanaan program hubungan masyarakat diharapkan bisa menjadi tali

komunikasi lembaga dengan masyarakat, sehingga lembaga akan lebih mudah menyampaikan informasi dan peluang tersampainya pada masyarakat cukup besar. Sehingga pelaksanaan yang dilakukan sesuai dengan tujuan-tujuan yang ditetapkan oleh lembaga organisasi.

Hal ini selaras dengan pendapat Zulkarnain bahwa pelaksanaan atau penggerakan dalam hal itu merupakan suatu usaha merangsang anggota organisasi untuk melaksanakan tugas-tugas dengan antusias dan kemauan yang baik. Menggerakkan adalah kemampuan pemimpin membujuk orang-orang mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan.⁷⁸

Pelaksanaan pengelolaan media sosial sebagai media dakwah di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin dilakukan dengan melaksanakan pembuatan konten kegiatan yang dilakukan oleh tim Koinfo Al-Amin mulai dari kegiatan harian, rutinan bahkan kegiatan tahunan. Pembuatan konten ini dilakukan mulai dari pencarian isi materi konten, pencarian talent untuk mengisi konten yang sudah diprogramkan, dan sampai proses pengeditan.

Pelaksanaan proses pengeditan dan pengunggahan konten dilakukan setelah konten-konten dibuat sebelumnya. Proses pengeditan dilakukan terhadap konten mulai dari warna, pencahayaan, serta penambahan informasi di dalam konten. Tim Koinfo juga mencari referensi konten yang sedang tren agar dapat menyesuaikan dengan konten-konten lainnya. Selain itu tim Koinfo juga melihat tutorial yang ada di youtube guna mempermudah kegiatan proses editing, dan untuk konten bentuk video tim Koinfo memilih sound musiknya yang sesuai dan menarik untuk didengar. Setelah proses kegiatan pengeditan konten selesai dilakukan dan dirasa cukup, kemudian tim Komindo mengkonfirmasi hasilnya untuk di konsultasikan kepada tim asesor agar hasil yang telah diedit nanti dapat diketahui yang perlu diubah untuk direvisi. Setelah mendapat konfirmasi untuk *upload* dari tim asesor barulah admin akan melakukan pengunggahan atau pemostingn konten di media sosial pondok.

⁷⁸ Zulkarnain Nasution, Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2010) 13

Dengan melihat konten-konten yang diunggah di media sosial Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran informasi-informasi yang disampaikan bukan hanya aktifitas kegiatan santri saja melainkan disitu mengandung pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk konten visual maupun audiovisual yang di *share* oleh tim Kominfo Al-Amin melalui media sosial. Dimana menurut Prisgunanto mengartikan bahwa media sosial adalah menjadi media sarana berbagi aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audio visual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing, Collaborating, Connecting*.⁷⁹

c. Evaluasi pengelolaan media sosial sebagai media dakwah di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran

Tahap evaluasi merupakan tahapan yang menentukan apakah strategi yang digunakan berhasil atau tidak. Untuk itu Kominfo Al-Amin terus berusaha untuk meminimalisir segala kekurangan yang terdapat pada pengelolaan media sosial. Evaluasi dilakukan ketika sedang mengerjakan program dan ketika program itu telah dikerjakan, hal ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan hubungan masyarakat dalam menjalankan programnya sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan juga untuk mencari solusi atas kendala yang ditemui.

Evaluasi yang dilakukan oleh Kominfo adalah untuk mengetahui apakah strategi pengelolaan yang dibuat ini sudah sesuai dengan rencana atau belum dan apakah pesan yang terdapat di dalam konten tersebut dapat tersampaikan atau tidak. Dilihat dari banyak memandang respon dan komentar-komentar yang positif yang nantinya digunakan untuk mengetahui konten apa saja yang banyak diberikan *like* dari *followers*. Sehingga nantinya dapat diketahui dari sisi letak kesalahannya yang perlu diperhatikan lagi kepada Tim Kominfo terhadap hasil pengeditannya.

⁷⁹ Prisgunanto Ilham, *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. (Jakarta: Prisnani Cendikia, 2014)

Kegiatan pengevaluasian ini dilakukan setiap satu bulan sekali yang dihadiri oleh seluruh anggota tim Kominfo Al-Amin. Selain mengevaluasi dari progress dari konten-konten yang sudah di publikasikan, Kominfo juga mengevaluasi kinerja dari masing-masing divisi. Dan perlu diketahui bahwasannya di Kominfo masih banyak anggota Kominfo yang belum mampu menggunakan alat-alat produksi bahkan masih banyak anggota Kominfo yang belum menguasai aplikasi editing baik gambar maupun video. Hal ini tentunya menjadi PR besar bagi tim Kominfo agar kinerja yang dilakukan oleh masing-masing divisi berjalan secara maksimal.

Ketepatan waktu dalam peng-*upload*-an konten ke media sosial juga belum berjalan secara maksimal. Hal ini juga disebabkan oleh pembuatan timeline yang belum meliputi semua konten yang ada di media sosial akun pesantren. Hal ini tentunya harus menjadi perhatian khusus supaya dapat melakukan pemostingan yang konsisten dalam kegiatan pengunggahan agar dalam proses penyampaian informasi melalui konten-konten yang di *share* lebih efektif dan efisien.

Dari uraian diatas, maka peneliti menemukan teori yang sesuai dengan bagaimana proses pengelolaan media sosial sebagai media dakwah yang dilakukan di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran.

Berikut beberapa pengelompokan elemen difusi dalam strategi pengelolaan media sosial Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran yang diterapkan oleh tim media Kominfo Al-Amin:

- 1) Inovasi: Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, Kominfo Al-Amin aktif memanfaatkan media sosial beserta fitur-fitur yang terdapat didalamnya dengan memperhatikan karakteristik dari masing-masing media sosial.

“Sebisa mungkin kami targetkan untuk semua tools yang ada di media sosial misalnya Instagram maka kami berusaha untuk memakai semua yang ada didalamnya seperti feed, story, reels, igtv. Kemudian kami tetap membangun komunikasi sosial dua arah dengan masyarakat terutama

pengikut kami dengan metode kuis, polling, dan tanya jawab melalui tools story Instagram.”⁸⁰

Selain itu pengembangan ide ini juga dibantu dengan penggunaan aplikasi terpisah untuk menunjang pengolahan foto dan video seperti *Corel Draw, Photoshop, Cap Cut, Filmora*.

Akun media sosial Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin juga aktif melakukan live streaming baik di Instagram dan youtube. Live streaming diadakan ketika melakukan kegiatan pengajian pasaran dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di halaman pondok pesantren dan meliputi dari snatri putra dan putri. Sehingga video tersebut dapat dinikmati dan ditonton secara berulang-ulang.

- 2) Saluran baru yaitu alat yang digunakan oleh Kominfo Al-Amin untuk menyiarkan dakwah yakni melalui media sosial Instagram, youtube, dan facebook. Namun dalam pelolaannya masih belum maksimal. Kominfo Al-Amin cenderung hanya berfokus pada konten-konten yang akan di posting di Instagram saja. Hal ini tentunya menjadikan konten yang ada di Youtube dan Facebook menjadi kurang menarik.
- 3) Jangka waktu, yaitu jangka waktu yang dilakukan oleh Kominfo Al-Amin dalam mengelola media sosial sebagai media dakwah. Penggunaan Instagram dan facebook pada tahun 2016 dan Youtube bergabung sejak tahun 2018 hingga sekarang. Meskipun dalam pelaksanaannya akun facebook sudah jarang digunakan dalam kurun waktu beberapa bulan ini.
- 4) Sistem sosial yaitu dalam pelaksanaan pengelolaan media sosial sebagai media dakwah tim Kominfo melakukan berbagai penguasaan ide dengan pemanfaatan fitur-fitur yang terdapat pada media sosial yang digunakan. Disamping itu, setiap proses difusi yang dilakukan berada dalam pengawasan dewan pembina Kominfo Al-Amin.

⁸⁰ Mahendra AlFiqih, Wawancara, Pabuwaran, 30 April 2023.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam bab ini akan dikemukakan kesimpulan dan saran. Setelah melakukan analisis dari hasil penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian, maka bab ini akan diuraikan kesimpulan dari pembahsan dan juga saran-saran yang dipandang perlu sebagai masukan bagi pihak-pihak yang terkait.

Berdasarkan pada uraian bab sebelumnya yang merupakan perpaduan antara hasil penelitian dilapangan, serta mengacu pada rumusan penelitian ini yaitu bagaimanakah pengelolaan media sosial sebagai media dakwah pada Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran, Purwokerto Utara? maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut.

Dalam melakukan pengelolaan media sosial sebagai media dakwah Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran, Purwokerto Utara membuat sebuah tim media pesantren yang bernama Koinfo Al-Amin. Koinfo Al-Amin dalam menyiarkan dakwah yang ada di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin menggunakan beberapa platform media sosial yaitu Instargam, youtube, facebook. Pengelolaan pada masing-masing media sosial melalui 3 tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Dalam melakukan perencanaan pengelolaan media sosial sebagai media dakwah Koinfo Al-Amin melakukan rapat kerja dengan seluruh anggota Koinfo Al-Amin bersama Dewan Pembina Koinfo. Rapat kerja dilakukan untuk menentukan konsep, sasaran dakwah, materi konten, pengumpulan data atau materi, pembuatan atau editing konten dan pengunggahan hingga memberikan *feedback* kepada *followers*.

Dalam pelaksanaan pengelolaan media sosial sebagai media dakwah Koinfo Al-Amin belum terlaksana secara maksimal. Terdapat beberapa kendala dalam melakukan pelaksanaan pengelolaan media sosial salah satunya yaitu belum konsisten dalam melakukan peng-*upload*-an. Hal ini dikarenakan dalam proses pembuatan konten masih banyak anggota dari masing-masing divisi pembuat konten belum menguasai penggunaan alat-alat.

Dalam evaluasi pengelolaan media sosial sebagai media dakwah Kominfo Al-Amin mengadakan rapat evaluasi setiap satu bulan sekali. Evaluasi yang dilakukan oleh Kominfo adalah untuk mengetahui apakah strategi pengelolaan yang dibuat ini sudah sesuai dengan rencana atau belum dan apakah pesan yang terdapat di dalam konten tersebut dapat tersampaikan atau tidak. Dilihat dari banyak mengundang respon dan komentar-komentar yang positif yang nantinya digunakan untuk mengetahui konten apa saja yang banyak diberikan *like* dari *followers*. Sehingga nantinya dapat diketahui dari sisi letak kesalahannya yang perlu diperhatikan lagi kepada Tim Kominfo terhadap hasil pengeditannya.

B. Saran

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh penulis yang dilakukan di Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara, maka peneliti memberikan saran dan masukan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini:

1. Bagi Dewan Pembina Kominfo untuk selalu memberikan pengarahan, bimbingan, dan motivasi kepada seluruh pengurus Kominfo Al-Amin agar dapat meningkatkan kinerja kepengurusan.
2. Bagi Kominfo Al-Amin diharapkan untuk selalu mengembangkan karya dan kreativitasnya khususnya dalam mengelola konten media sosial supaya dalam pembuatan konten menjadi lebih menarik lagi dan lebih keren.
3. Bagi Admin sosial media Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuwaran Purwokerto Utara diharapkan untuk membuat penjadwalan pemosting konten secara lebih detail dengan pemetaan pada masing-masing sosial media.

C. Penutup

Demikianlah pokok pembahasan dalam penelitian skripsi yang dapat penulis paparkan, besar harapan penulis agar penelitian ini bisa diteruskan oleh orang lain dalam waktu yang berbeda. Selain itu, penulis juga menyadari adanya kekurangan pengetahuan dan referensi sehingga penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Tak lupa penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak terkait dalam penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk kalangan banya

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, Roni Angger. 2019. *"Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi."* Malang: IKAPI.
- Al-Bayanuni, Muhammad Abu Al-Fath. 2021. *"Pengantar Studi Ilmu Dakwah."* Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar.
- Amin, Samsul Munir. 2009. *"Ilmu Dakwah,"* Jakarta: Penerbit Amzah
- Ansyori. Muh. 2022. *"Skripsi Strategi Pengelolaan Media Dakwah Digital: Studi Pada Akun Instagram @Surabayamengaji."* UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Arikunto. Suharsismi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Arnus, Sri Hadijah. 2017. *"Dakwah yang Berliterasi Media: Upaya Deradikalisasi Di Lingkup Kampus IAIN Kedari,"* Journal Of Social-Regional Research Vol 2, No 2.
- Aziz, Moh. Ali. 2004. *"Ilmu Dakwah,"* Jakarta: Predana Media Group.
- Basit, Abdul. 2021. *"Dakwah Milenial."* Banyumas: Wawasan Ilmu.
- Bisri, Hasan. 2017. *"Filsafat Dakwah"* Surabaya: Dakwah Digital Press.
- Bungin, Burhan. 2015. *"Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, dan Pemasaran."* Jakarta: Prenada Media Group.
- Dokumen Kominfo Al-Amin 09 Mei 2023.
- Esmaya, Enung. 2003. *"Aa Gym Dai Sejuk dalam Masyarakat Majemuk."* Jakarta: PT. Hikmah Mizan.
- Haluty, Djaelani. 2014. *"Islam dan manajemen sumber daya manusia yang berkualitas,"* Jurnal Irfani Vol 10 No 1.
- Handoko, T. Hani. 2018. *"Manajemen Edisi 2."* Yogyakarta: BPFE.
- Hasanah, Savinatul. 2022. *"Skripsi Pengelolaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Di Pondok Pesantren Darul Lughah Wal Karomah Sidomukti Kraksaan Probolinggo."* UIN KH. Achad Siddiq Jember
- Hotman, Prio dan Ilyas Ismail. 2011. *"Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam,"* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet#:~:text=Berdasarkan%20hasil%20survei%20Asosiasi%20Penyelenggara,sebanyak%2021%20juta%20pengguna> diakses pada Sabtu, 08 Juli 2023 pukul 13.18 WIB.
- Ilham, Prisgunanto. 2014. *"Komunikasi Pemasaran Era Digital."* Jakarta: Prisnani Cendikia.
- Ilhamuddin, Muhammad Farid. Dkk., 2021. *Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Humas Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Mojo Kediri.* Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 01 No. 02
- Illahi, Wahyu dan M. Munir. 2006. *"Manajemen Dakwah."* Jakarta: Kencana.
- Komariah, Aan dan Dja'man Satori. 2014. *"Metodologi Penelitian Kualitatif."* Bandung: Alfabeta.
- Kristiawan, Muhammad. 2012. *"Manajemen Pendidikan."* Yogyakarta: Budi Utama.

- Kurniawati, Dhoni. 2018. "*Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Prespektif Islam dan Ewelensinya dengan Manajemen Modern,*" Journal Pengembangan Masyarakat Islam Vol 11 No 1.
- M,Munir. 2009. "*Manajemen Dakwah,*" Jakarta: Prenada Media Group.
- M. Munir. 2009. "*Manajemen Dakwah.*" Jakarta: Kencana.
- Ma'rifat, S Bambag. 2010. "*Komunikasi Dakwah Paradigma untuk Aksi.*" Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Mahardika, Budi dan Anang Firmansyah. 2020. "*Pengantar Manajemen,*" Yogyakarta: Budi Utama
- Maujud, Fathul. "*Implementasi Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Lembaga Pendidikan Islam.*" 2018. Jurnal Penelitian KeIslaman Vol 14 No 1.
- Mulyana, Slamet. Dkk., 2019. "*Pengelolaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Pasar Digital Cikundul Sukabumi.*" Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi Vol 9 No 1
- Musyadad, Kholil. 2014. "*Prinsip-Prinsip Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Islam.*" Jambi: IAIN Sulthan Thaha Saifuddin.
- Nasrullah, Rulli. 2015. "*Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi.* Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, Zulkarnain. 2006. "*Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan.*" Malang: Umm Press.
- Nasution, Zulkarnain. 2010. "*Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan,*" Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Pawito. 2007. "*Penelitian Komunikasi Kualitatif.*" Yogyakarta: Lkis Yogyakarta,
- Prastowo, Andi. 2011. "*Metode Penelitian Kualitatif dan Perspektif Rancangan Penelitian.*" Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Prata, Rheza. 2005. "*Pengantar Manajemen,*" Yogyakarta: Budi Aksara.
- Salim, Peter Salim dan Yenny. 2022. "*Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer.*" Jakarta: Modern English Press.
- Sampurno, Wibowo. 2009. "*Pengantar Manajemen,*" Bandung: Politeknik Telkom.
- Saputra, Wahidin. 2012. "*Pengantar Ilmu Dakwah.*" Jakarta: Raja Wali Pers.
- Sugiyono. 2013. "*Metode Penelitian Kombinasi Mixed Methoads,*" Bandung: Alfabeta.
- Sukardi, 2011. "*Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya.*" Jakarta: Bumi Aksara.
- Suryabrata, Sumandi. 2010. "*Metode Penelitian,*" Jakarta: Rajawali Pers.
- Susan, Eri. 2019. "*Manajemen Sumber Daya Manusia,*" Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Vol 9 No 2.
- Suwanto, Tjuju Yuniarsih. 2013. "*Manajemen Sumber Daya Manusia,*" Bandung: Alfabeta.
- Sya'ban, Muhammad. 2020. "*Skripsi Pengelolaan Dakwah Berbasis Media Sosial: Studi Pada Akun Instagram @Tafaqquhonline Yayasan Tafaqquh Kota Pekan Baru.*" UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Syuderajat, Fajar. 2017. "*Pengelolaan Media Sosial Oleh Unit Corporate Communication PT GMF AeroAsia.*" Jurnal Komuniti Vol. 9 No. 2.
- Syukir, Asmuni. 1986. "*Dasar-dasar Strategi Dakwah,*" Surabaya: Al Ikhlas.

- Tamburaka, Apriadi. 2023. *“Literasi Media, Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa.”* Jakarta: Rawajali Pers.
- Terry, R George. 2013. *“Dasar-Dasar Manajemen.”* Jakarta: PT Bumi Aksara
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI.*
- Wawancara dengan admin media sosial Kominfo Al-Amin, Diah Anggraeni. Pabuwaran, 17 Juli 2023.
- Wawancara dengan dewan Pembina Kominfo Al-Amin, Baha’ul Labib pada 23 Februari 2023.
- Wawancara dengan dewan pembina Kominfo Al-Amin. Villa Siva, Pabuwaran, 09 Mei 2023.
- Wawancara dengan koordinator konten creator. Mahendra Fiqih, *Wawancara*, Pabuwaran, 30 April 2023
- Wawancara dengan wakil Pimpinan Redaksi Kominfo Al-Amin, Novia Alliyatussyiam. Pabuwaran, 21 April 2023
- Zulhimma. 2013. *Dinamika Perkembangan Pondok Pesantren di Indonesia*, Jurnal Darul ‘Ilmi Vol 01. No. 02

