

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pondok Pesantren Darussalam yang terletak di Kabupaten Garut, Jawa Barat, adalah salah satu lembaga pendidikan Islam yang berupaya menghadirkan lingkungan belajar berbasis asrama. Dengan menerapkan metode pembelajaran berbasis agama yang modern dan relevan, pesantren ini memfasilitasi santri untuk mengembangkan diri secara intelektual, moral, serta spiritual. Selain pembelajaran keagamaan, Pondok Pesantren Darussalam juga mendukung santrinya dalam aspek lain, seperti teknologi dan kreativitas. Hal ini terlihat dari penggunaan media sosial yang dijadikan wadah untuk mengekspresikan bakat dan keterampilan santri, khususnya dalam bidang konten kreatif.

Media sosial memainkan peran besar dalam memperkenalkan citra dan aktivitas Pondok Pesantren Darussalam kepada masyarakat. Pesantren ini berusaha membangun reputasi sebagai lembaga yang progresif dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Melalui akun-akun resminya, Darussalam mempublikasikan berbagai kegiatan pendidikan dan kreatif para santri, mulai dari video dokumentasi hingga karya seni digital seperti musik dan film pendek. Publikasi ini memberikan gambaran positif serta profesional kepada masyarakat, sehingga memperkuat kepercayaan dan hubungan dengan wali santri.

Hasil dari upaya ini tampak nyata. Akun-akun media sosial Pondok Pesantren Darussalam berhasil meraih banyak pengikut yang aktif, terutama dari kalangan wali santri yang ingin mengetahui perkembangan anak-anak mereka. Konten yang

konsisten dan terorganisir menjadi daya tarik tersendiri, menjadikan pesantren lebih dikenal luas dan mampu membangun citra yang baik. Hingga kini Darussalam mengelola berbagai *platform* media sosial, yaitu Youtube dengan *username* @Darussalamtv8854 yang memiliki 19.700 *subscriber* serta 321 unggahan video, Instagram dengan *username* @darussalamgraphy dengan 15.100 *followers*, Facebook dengan nama Pondok Pesantren Darussalam Garut dengan 9800 *like* dan 10.000 pengikut, serta *website* resmi di alamat darussalamgarut.or.id.

Keberhasilan tersebut belum banyak dicapai oleh pesantren lain di Indonesia. Masih banyak lembaga yang belum memiliki pengelolaan media sosial secara efektif, bahkan tidak sedikit akun resmi pesantren yang terbengkalai. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam manajemen media sosial pesantren di Indonesia. Faktor penyebabnya beragam, mulai dari kurangnya pengetahuan dalam pengelolaan media sosial, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten, hingga pandangan konservatif yang menilai media sosial tidak memiliki peran penting dalam pendidikan pesantren. Akibatnya pesantren-pesantren tersebut mengalami kesulitan membangun citra positif di masyarakat, ditambah dengan adanya stigma negatif yang sering melekat, seperti dianggap tertutup atau kurang modern.

Padahal dengan manajemen media sosial yang baik seperti yang diterapkan oleh Pondok Pesantren Darussalam, pesantren lain sebenarnya memiliki peluang besar untuk mengubah pandangan negatif tersebut. Pengelolaan media sosial yang tepat dapat menunjukkan bahwa pesantren merupakan lembaga pendidikan yang adaptif, modern, sekaligus tetap menjaga tradisi keilmuan Islam. Terlebih lagi,

media sosial kini sangat memengaruhi minat masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan. Masyarakat yang gemar mencari informasi melalui Youtube maupun tren di Tiktok lebih cenderung memperhatikan pesantren yang aktif di dunia digital.

Fenomena ini sesuai dengan pandangan Friedrichsen dan Benninghouse (2013: 4) yang menyatakan bahwa saat ini masyarakat lebih cepat memperoleh pembaruan tren atau berita penting melalui Twitter atau Facebook dibandingkan menunggu tayangan berita televisi, membaca koran sore, atau mendengarkan radio. Media sosial lebih diminati karena bersifat mudah diakses, gratis, serta menyajikan informasi secara real time. Namun, kelebihan ini juga membawa risiko. Tidak adanya proses redaksi dan editor membuat informasi di media sosial rawan mengandung kekurangan, seperti kesalahan data, bahasa, bahkan berpotensi menyebarkan hoaks, penipuan, fitnah, dan misinformasi.

Jika ditarik lebih luas, Pondok Pesantren sendiri merupakan lembaga pendidikan berbasis asrama terbesar di Indonesia. Berdasarkan laman resmi Kementerian Agama Republik Indonesia, data dari Dirjen Pendidikan Diniyah dan Pondok Pesantren (PD Pontren) mencatat ada 39.167 pesantren tersebar di seluruh Indonesia, dengan 12.841 di antaranya berada di Jawa Barat. Sementara itu, jumlah santri aktif yang tercatat oleh Kemenag mencapai 3.650.000 orang yang tersebar di seluruh provinsi di Indonesia. Pesantren memiliki fungsi penting sebagai pusat pendidikan Islam yang menyiapkan generasi Muslim masa depan dengan tradisi keilmuan yang kuat dan kualitas unggul. Istilah pesantren sendiri berasal dari kata santri yang mendapat awalan pe dan akhiran an, yang bermakna tempat tinggal para santri dalam menimba ilmu agama (Takdir, 2018: 22).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan media sosial di Pondok Pesantren Darussalam menjadi contoh nyata bagaimana lembaga pendidikan Islam mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi sekaligus tetap menjaga nilai-nilai tradisionalnya. Penelitian mengenai manajemen media sosial di pesantren ini bertujuan memahami faktor-faktor yang mendukung keberhasilan tersebut, sehingga dapat menjadi referensi bagi pesantren lain dalam membangun citra positif, mendekatkan diri kepada masyarakat, serta menjawab tantangan modernisasi pendidikan Islam.

B. Fokus Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini tidak terlepas dari Manajemen Media sosial, karena Pondok Pesantren Darussalam memiliki team manajemen untuk mengelola media sosialnya. Serta mengerucut terhadap pengelolaan media sosial, serta pengelolaan team produksi Konten, dan publikasinya di media sosial.

Untuk memusatkan serta memperjelas permasalahan yang akan diteliti oleh penulis, maka fokus penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi perencanaan dalam pengelolaan media sosial dilakukan oleh Pondok Pesantren Darussalam Garut?
2. Bagaimana implementasi dari perencanaan pengelolaan media sosial dijalankan oleh pengelola Pondok Pesantren Darussalam Garut?
3. Bagaimana proses evaluasi dilaksanakan dalam pengelolaan media sosial Pondok Pesantren Darussalam Garut?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi perencanaan dalam pengelolaan media sosial dilakukan oleh Pondok Pesantren Darussalam Garut
2. Untuk mengetahui bagaimana implementasi dari perencanaan pengelolaan media sosial dijalankan oleh pengelola Pondok Pesantren Darussalam Garut
3. Untuk mengetahui proses evaluasi dilaksanakan dalam pengelolaan media sosial Pondok Pesantren Darussalam Garut

D. Kegunaan Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat yang baik, baik dari segi akademis maupun praktis. Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di Fakultas Dakwah UIN Sunan Gunung Djati, dan terkhusus di Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dalam hal manajemen media sosial. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat, dan berkontribusi dalam khazanah keilmuan mengenai manajemen media sosial di pesantren dan lembaga pendidikan lain nya.

2. Kegunaan Secara Praktis

Kegunaan secara praktis adalah menambah wawasan keilmuan bagi pembaca, serta dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa yang akan meneliti tentang media sosial, dan manajemen media sosial. Penelitian ini juga berguna untuk pengembangan ilmu dakwah, dan juga pengelolaan media sosial dakwah bagi pesantren.

E. Landasan Penelitian

1. Landasan Teoritis

a. Teori Manajemen Media Sosial

Teori Manajemen Media Sosial adalah teori yang menjelaskan bahwa manajemen atau pengelolaan media sosial adalah suatu hal yang dinamis, tidak kaku, dan mengikuti *trend* atau kebiasaan masyarakat. Media sosial dapat dimanfaatkan dalam banyak hal, seperti iklan, penjualan, *public relation*, edukasi/pendidikan, dan banyak hal lainnya.

Sutherland (2024: 3) menjelaskan mengenai pentingnya manajemen media sosial pada masa kini, Sutherland menjelaskan bahwa baik organisasi maupun individu dituntut untuk berperan layaknya perusahaan media dengan memproduksi konten yang bernilai serta relevan bagi audiensnya. Sehingga eksistensi daripada media sosial lembaga atau individu tersebut tetap dianggap signifikan di tengah perkembangan media sosial yang kian berkembang pesat.

Teori ini dikenalkan oleh Karen E. Sutherland (2024: 11), menurutnya bahwa ada 3 tahap yang sangat penting dalam mengelola dan menyusun strategi bagi media sosial, yaitu

- 1) *Planning* (Perencanaan)
- 2) *Implementation* (Pelaksanaan)
- 3) *Evaluation* (Evaluasi)

b. Teori Citra Da'i

Teori citra da'i mengacu pada bagaimana seorang pendakwah, atau sebuah institusi, maupun organisasi membentuk persepsi publik terhadap dirinya sendiri.

Citra da'i dalam dakwah menurut Enjang & Aliyudin (2009: 120) berhubungan erat dengan kredibilitas yang dimiliki oleh da'i. Teori citra da'i menjelaskan penilaian *mad'u* terhadap da'i, apakah da'i mendapatkan penilaian positif atau negatif di mata *mad'u* nya.

Teori citra dai ini mengacu kepada teori Citra yaitu gambaran mental yang dimiliki seseorang terhadap orang lain atau organisasi berdasarkan interaksi, informasi, dan pengalaman sebelumnya" (Burke, 1969: 57-62).

Dalam konteks media sosial, teori citra da'i ini berkaitan dengan bagaimana Pondok Pesantren Darussalam menggunakan media sosial untuk menciptakan dan memelihara persepsi atau penilaian baik dari masyarakat terhadap citra pondok pesantren Darussalam

Beberapa elemen penting dalam teori citra meliputi:

- 1). Identitas: Bagaimana pesantren mendefinisikan dirinya sendiri melalui nilai-nilai, visi, dan misi yang disampaikan kepada publik.
- 2). Komunikasi: Saluran dan cara pesantren menyampaikan pesannya melalui media sosial.
- 3). Persepsi Publik: Hasil akhir dari bagaimana audiens menerima dan memahami pesan yang disampaikan.

Melalui manajemen media sosial yang efektif, Pondok Pesantren Darussalam dapat membentuk citra tertentu yang diinginkan sesuai dengan identitasnya, baik itu sebagai institusi pendidikan yang tradisional namun modern, atau institusi yang mengedepankan nilai-nilai spiritual dan pendidikan.

2. Kerangka Konseptual

Kata manajemen berasal dari bahasa latin, yaitu dari asal kata *manus* yang berarti tangan dan *agree* yang berarti melakukan. Kata-kata itu digabung menjadi *managere* yang artinya menangani. *Managere* diterjemahkan ke dalam bahasa inggris dalam bentuk kata kerja *to manage*, dengan kata benda *management*, dan *manager* untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Akhirnya, *management* diterjemahkan ke dalam bahasa indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan (Usman, 2013: 5).

Management berasal dari kata *to manage* yang berarti mengatur. Dalam hal mengatur, akan timbul masalah, problem, proses dan pertanyaan tentang apa yang diatur, siapa yang mengatur, mengapa harus diatur dan apa tujuan pengaturan tersebut (wijaya&rifa'i, 2016:14). Sehingga dapat diartikan bahwa manajemen adalah proses pengelolaan sesuatu yang terstruktur dan direncanakan.

Media sosial adalah bagian dari transformasi dalam komunikasi massa, di mana batas antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa semakin kabur (McQuail, 2010: 150-151). McQuail melihat bahwa media sosial telah mengubah cara komunikasi publik berlangsung, memungkinkan individu untuk berperan sebagai produsen dan konsumen informasi dalam skala yang lebih luas.

Media Sosial menurut Onong Uchjana adalah, suatu sarana untuk berinteraksi secara online yang memungkinkan penggunaanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten, baik itu tulisan, gambar, video, maupun audio (Uchjana, 2009: 224). Perkembangan media sosial di seluruh dunia menunjukkan perkembangan yang terus menerus meningkat setiap waktu, ini menandakan bahwa media sosial

telah menjadi bagian dalam kehidupan manusia saat ini. *Overall, the rapid and widespread adoption of social media has been consistent and steady over the past decade without any real indication of slowing down* (Sutherland, 2024: 2).

Karen E. Sutherland (2024:11) mengemukakan bahwa terdapat tiga tahap utama yang bersifat fundamental dalam menyusun dan mengelola strategi media sosial. Tahap-tahap ini meliputi perencanaan (planning), pelaksanaan (implementation), dan evaluasi (evaluation). Ketiga tahap ini membentuk suatu siklus strategis yang saling berkesinambungan dan tidak dapat dipisahkan, memastikan strategi komunikasi yang terarah, adaptif, dan berdampak.

1) Perencanaan (Planning)

Tahap perencanaan merupakan fondasi utama bagi keseluruhan proses manajemen media sosial. Dalam fase ini, organisasi secara cermat menetapkan tujuan yang selaras dengan visi dan kebutuhan komunikatifnya. Hal ini mencakup identifikasi audiens target yang spesifik serta perumusan pesan-pesan kunci yang ingin disampaikan.

Perencanaan yang matang memungkinkan tim media sosial untuk membuat keputusan yang lebih strategis, menghindari pendekatan yang reaktif atau acak, dan menyusun konten serta aktivitas dengan ritme yang terstruktur. Sutherland (2024: 11) menekankan bahwa “pengembangan strategi harus dimulai dengan riset, yang dipilih secara cermat, serta diimplementasikan sesuai dengan tujuan organisasi atau bisnis”. Artinya kegiatan pengembangan strategi tersebut haruslah dipilih dengan penuh pertimbangan, memastikan setiap langkah yang diambil memiliki dasar yang kuat dan terarah pada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

2) Pelaksanaan (Implementation)

Tahap pelaksanaan adalah proses konkretisasi dari strategi yang telah disusun pada tahap perencanaan. Pada tahap ini berbagai bentuk konten diproduksi, disesuaikan dengan karakteristik unik setiap platform media sosial dan kebutuhan spesifik audiens. Konten-konten ini kemudian didistribusikan secara terjadwal untuk mencapai jangkauan yang optimal. Dalam hal ini Sutherland (2024: 156) menekankan bahwa “pemilihan dan penerapan taktik selalu harus didasarkan pada tujuan strategi, serta pemahaman yang jelas terhadap audiens sasaran”.

Oleh karena itu konten yang dihasilkan tidak boleh sekadar hadir ia harus membawa nilai tambah, mampu membangun keterlibatan yang kuat dengan audiens, dan secara konsisten memperkuat posisi serta citra organisasi di mata publik. Fleksibilitas juga sangat dibutuhkan dalam tahap ini untuk menyesuaikan strategi terhadap situasi yang berkembang secara real-time, memungkinkan adaptasi cepat terhadap tren atau perubahan kondisi yang tak terduga.

3) Evaluasi (Evaluation)

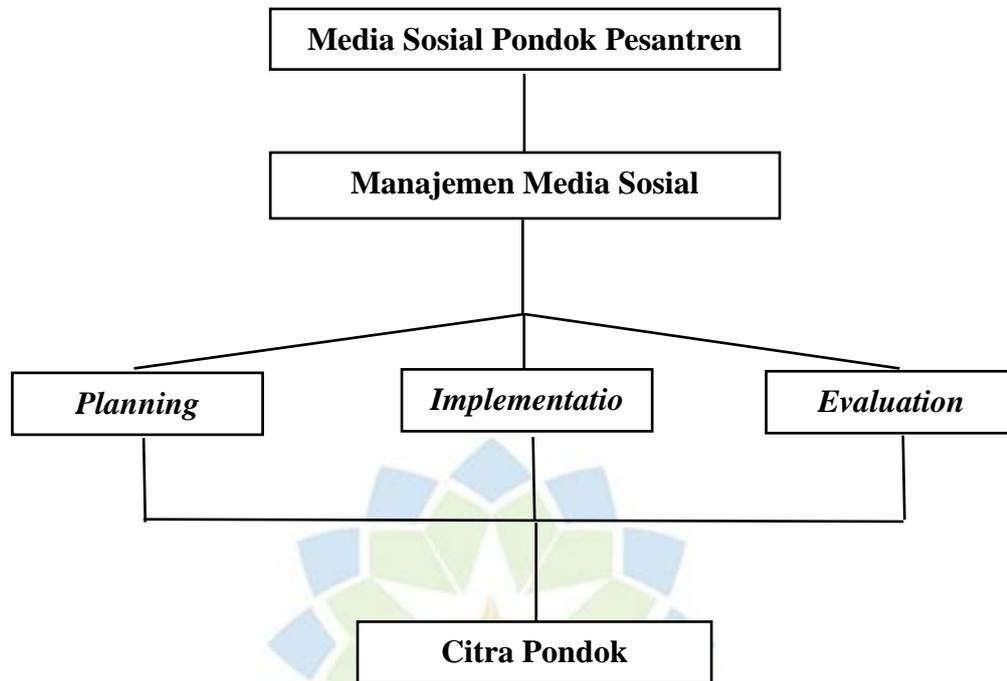
Tahap evaluasi merupakan bagian krusial dalam memastikan strategi media sosial tetap berada pada jalur yang tepat dan mencapai hasil yang diinginkan. Evaluasi mencakup proses pemantauan performa konten secara berkelanjutan, pengukuran efektivitas aktivitas yang telah dijalankan, serta analisis mendalam terhadap data yang tersedia. Data ini dapat berupa tingkat keterlibatan audiens, jangkauan postingan, atau respons terhadap pesan yang disampaikan. Melalui evaluasi yang dilakukan secara berkala, organisasi dapat menilai apakah strategi

yang diterapkan berhasil mendekati tujuan awal atau justru memerlukan penyesuaian.

Sutherland (2024: 182) menjelaskan bahwa “Pemantauan dan evaluasi merupakan proses yang berkelanjutan dan sangat penting untuk menyempurnakan strategi media sosial agar tetap mampu memenuhi tujuan strategis”. Ini memastikan bahwa strategi tetap relevan dan efektif dalam jangka panjang.

Dalam ilmu dakwah, citra (*image/gambaran*) merujuk pada persepsi atau gambaran yang terbentuk di benak masyarakat tentang sosok, lembaga, atau pesan yang disampaikan oleh seorang da’i (pendakwah) atau institusi dakwah. Citra ini sangat penting dalam keberhasilan dakwah, karena ia mempengaruhi sejauh mana pesan-pesan dakwah diterima dan direspon oleh khalayak.

Citra dakwah islam akan terbentuk pada diri seorang manakala ia dekat dan memberi perhatian khusus pada informasi di media massa. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi dan opini seseorang atau masyarakat tentang islam akan sangat tergantung pada informasi yang tersaji dalam berita-berita media massa (abdullah, 2019: 153).



Bagan 1.1 Kerangka Konseptual

F. Langkah Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan terhadap pimpinan pondok pesantren Darussalam, dan manajemen media sosial pesantren yang bertempat di Desa Sindangsari, Kecamatan Kersamanah, Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat. Lokasi penelitian ini dipilih karena reputasi baik yang dimiliki oleh pondok pesantren Darussalam, yaitu merupakan salah satu pesantren *Muadalah* terbaik yang ada di Jawa barat, sekaligus menjadi koordinator Forum Komunikasi Pesantren Muadalah (FKPM) Jawa Barat beberapa tahun yang lalu.

Pondok pesantren Darussalam memiliki latar belakang santri, dan wali santri yang variatif karena Pondok Pesantren Darussaalam memiliki semboyan “ Pondok Pesantren Darussalam berdiri diatas dan untuk semua golongan” sehingga santri dan ustadz di Pondok Pesantren Darussalam berasal dari daerah, golongan partai, dan ormas yang berbeda-beda. Ini menjadi suatu hal unik dimana kebanyakan pondok pesantren terafiliasi terhadap suatu ormas dan golongan tertentu.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma dapat diartikan suatu cara pandang dalam melakukan penelitian, sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang baik dan benar, sedangkan paradigma menurut Sugiyono (2019:72) adalah “pola pikir yang menunjukkan hubungan antara elemen atau komponen yang akan diteliti”.

Pendapat serupa diungkap oleh Denzil dan Lincoln (2000:99) yang menyebutkan bahwa paradigma adalah “dasar seperangkat keyakinan yang memandu tindakan, paradigma berhubungan dengan prinsip-prinsip utama atau hal-hal utama dalam penelitian”.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma penelitian konstruktivisme, Paradigma konstruktivisme merupakan suatu cara pandang dalam ilmu pengetahuan yang menempatkan realitas sosial sebagai hasil konstruksi manusia melalui interaksi, pengalaman, dan proses pemaknaan. Paradigma ini memungkinkan peneliti untuk langsung ikut andil dalam kegiatan yang dilaksanakan di tempat atau objek penelitian, sehingga realitas dibangun secara subjektif berdasarkan konteks sosial, budaya, dan nilai yang melingkupinya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif di mana peneliti berperan sebagai pengamat dan terlibat langsung dalam proses analisis pengelolaan media sosial di pondok pesantren Darussalam. Pendekatan ini diambil karena berkaitan dengan paradigma yang dipakai yaitu paradigma konstruktivisme, menurut Rakhmat (2021:29) paradigma konstruktivisme adalah “paradigma yang mengkaji makna dari peristiwa dan fakta sosial, dengan penelitian kualitatif dipandang sebagai metode yang khas dalam ilmu sosial dan kemanusiaan”.

Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan data dan hasil yang komprehensif untuk bekal dalam penelitian yang dilakukan. Sugiyono menjelaskan bahwa data yang mendalam itulah kemudian penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif harus mampu memberikan makna atau memberikan interpretasi terhadap fakta-fakta yang diperoleh di lapangan secara empiris (2019: 9). Hal ini sejalan dengan pernyataan Denzin dan Lincoln yang menyatakan bahwa “penelitian kualitatif melibatkan peneliti secara langsung dalam konteks yang diteliti, sehingga memungkinkan pemahaman yang mendalam dan kontekstual tentang fenomena yang diamati (2000:3)”.

3. Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang mendeskripsikan atau menggambarkan suatu masalah. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan suatu populasi, situasi atau fenomena secara akurat dan sistematis (Rita, dkk., 2022: 88).

Dalam penelitian deskriptif, data dapat dikumpulkan melalui berbagai cara, seperti kuesioner, wawancara, observasi, atau analisis dokumen. Hasil penelitian ini biasanya disajikan dalam bentuk statistik, grafik, atau narasi yang menjelaskan temuan dengan jelas. Hal ini sesuai dengan tujuan peneliti yaitu untuk mendeskripsikan bagaimana manajemen media sosial diterapkan pada media sosial pondok pesantren. Hal ini sejalan dengan Harahap (2020) yang menjelaskan bahwa penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang memahami, memaknai, dan memperjelas suatu objek atas semua fenomena yang tampak, dan makna dari suatu peristiwa.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis Data yang digunakan dalam Penelitian ini adalah jenis data penelitian kualitatif deskriptif mengenai manajemen media sosial dalam membentuk citra Pondok Pesantren Darussalam Kersamanah. Data berbentuk hasil wawancara dengan pimpinan pondok pesantren Darussalam, gambar berbentuk foto dari hasil observasi lapangan di Darussalam yang berupa kegiatan pembuatan konten, dan kegiatan santri, video Youtube Darussalam TV, serta insight dari media sosial Pondok Pesantren Darussalam Kersamanah.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapatkan langsung dari lokasi penelitian. Dalam penelitian ini sumber data primer didapatkan dari pengamatan

langsung terhadap manajerial media sosial Pondok Pesantren Darussalam yang berlokasi di kabupaten Garut Jawa Barat.

Dara primer berupa observasi lapangan terhadap kegiatan yang dilakukan oleh manajemen media sosial pondok pesantren Darussalam baik berupa dokumentasi foto, atau wawancara secara langsung terhadap orang yang terlibat dan memiliki pengaruh didalamnya yaitu pimpinan pondok pesantren Darussalam Dr. KH. Devi Muharrom Sholahuddin, Lc., M.Ud., manajer media sosial Darussalam TV Ustad Indra Ari Fajari, S.Th.I., M.Ag., Manajer Lapangan Ustad Chandra Hadiyanto, dan Crew Darussalam TV yaitu Ustad Falhan.

2) Sumber Data Sekunder

Data Sekunder dari penelitian ini berdasarkan hasil pencarian data internal terhadap media sosial Pondok Pesantren Darussalam, seperti jadwal produksi Konten, Insigt media sosial, dan majalah MIKDAR (Media Informasi dan Komunikasi Darussalam) yang berupa sejarah dan juga kegiatan yang ada di dalam pondok pesantren Darussalam.

5. Informan

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* karena sampel yang diambil paling mengetahui mengenai fenomena yang diteliti. Informan dari penelitian ini adalah pimpinan pondok pesantren Darussalam yaitu KH. Devi Muharom Shalahudin, Lc. M.Ud., kepala bagian media sosial Pondok pesantren Darussalam yaitu Ustad Indra Ari Fajari, S.Th.I., M.Ag., *supervisor* tim Darussalam TV yaitu Ustad Chandra, serta *crew* atau *staff* lapangan .

6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi dilakukan di Pondok Pesantren Darussalam Kersamanah, yang bertempat di Desa Sindangsari, Kecamatan Kersamanah, Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat. Observasi dilakukan terhadap pengelola dari media sosial pondok pesantren Darussalam Kersamanah.

b. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2019: 304). Wawancara yang dilaksanakan menggunakan pendekatan *Structured Interview*, dimana peneliti sudah menyiapkan instrumen wawancara berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang akan diajukan kepada informan ketika wawancara berlangsung.

A adapun informan dalam wawancara ini yaitu pimpinan pondok pesantren Darussalam Dr. KH. Devi Muharrom Sholahuddin, Lc., M.Ud., manajer media sosial Darussalam TV Ustad Indra Ari Fajari, S.Th.I., M.Ag., manajer Lapangan Ustad Chandra Hadiyanto, dan perwakilan crew Darussalam TV yaitu Ustad Falhan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dari penelitian ini berupa foto, video, dan tangkap layar dari insight media sosial milik Pondok Pesantren Darussalam Kersamanah. Dokumentasi adalah unsur dari penelitian yang terdapat pada penelitian yang

bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Dokumentasi merupakan sebuah kegiatan dimana mengumpulkan data dalam bentuk Visual (Rita, 2022: 24-25).

7. Teknik Keabsahan Data

Penulis menggunakan teknik triangulasi dalam penentuan keabsahan data penelitian ini untuk memvalidasi data dari media sosial Instagram Pondok Pesantren Darussalam Garut. Triangulasi adalah teknik yang menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Rita, 2022: 61).

Dalam teknik triangulasi Denzin dan Lincoln (2000:934) menyebutkan bahwa dalam triangulasi seorang peneliti menggunakan berbagai metode seperti wawancara, data sensus, dan dokumen untuk memvalidasi temuan. Triangulasi dalam penelitian dapat dilakukan melalui beberapa bentuk, antara lain triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai narasumber untuk memastikan konsistensi data. Triangulasi teknik dilakukan dengan memeriksa data pada sumber yang sama menggunakan metode yang berbeda, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sementara itu, triangulasi waktu dilakukan dengan mengulangi pengumpulan data pada waktu yang berbeda untuk menguji keajegan informasi yang diberikan oleh informan. Melalui penerapan triangulasi tersebut, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh tidak bersifat sepihak, melainkan telah melalui proses verifikasi yang ketat, sehingga tingkat keabsahan dan kredibilitasnya semakin tinggi.

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang penulis gunakan adalah teknik analisis data model Miles dan Huberman. “aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus, sehingga datanya jenuh, tahapan analisis data model Miles dan Huberman yaitu *data collection*, *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing*” (Sugiyono, 2019: 322).

a. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, atau gabungan ketiganya. Data yang berhasil didapatkan yang berasal dari sumber primer dan sekunder dikumpulkan dan diolah menjadi suatu data yang bermakna, proses ini dinamakan proses pengumpulan data.

b. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih, dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Pada proses ini data data yang telah dikumpulkan tersebut di reduksi atau dipilah kembali sesuai dengan kriteria yang kita butuhkan sehingga data yang akan kita gunakan pada tahap selanjutnya sesuai dengan apa yang kita inginkan.

c. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data melalui proses reduksi maka langkah selanjutnya adalah men *display*-kan data. Jika dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam uraian singkat, bagan, hubungan antara kategory, *Flowchart*, dan sejenisnya.

Data yang sudah sesuai tersebut disajikan dalam berbagai bentuk yang bisa difahami dan dimengerti, pada tahap ini data sudah siap digunakan dan berlanjut kepada proses selanjutnya.

d. *Conclusion Drawing* (Penarikan Kesimpulan)

proses terakhir setelah data disajikan adalah pengambilan kesimpulan, dalam penelitian kualitatif kesimpulan adalah merupakan temuan baru yang berasal dari kesimpulan atas temuan data yang kita miliki. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang, atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal, atau interaktif, hipotesis, atau teori.

