

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada mulanya, media sosial muncul ketika situs yang bernama Geocities lahir pada tahun 1995. Geocities merupakan situs web media sosial berbasis web pertama yang menjadi cikal bakal lahirnya jutaan situs web lain muncul di internet. Situs ini bertujuan untuk menawarkan sewa hosting kepada pengguna internet kala itu untuk menyimpan dan mengakses data mereka. Inilah yang menjadi awal mula berbagai inovasi dan pengembangan website muncul.

Seiring berjalannya waktu, media sosial terus berinovasi dan berkembang. Sekitar tahun 1997 dan 1999, terbentuklah komunitas media sosial pertama yang bernama Sixdegree dan Classmates. Sosial media ini masih memiliki kekurangan pada wilayah cakupannya yang spesifik dan hanya dapat diakses oleh segelintir orang tertentu dengan tujuan tertentu pula. Hingga akhirnya muncullah sosial media yang bernama Friendster yang dapat menjangkau lebih banyak pengguna internet dan memiliki area cakupan yang lebih luas.

Jumlah pengguna media sosial di Indonesia semakin meningkat seiring dengan bertambahnya pengguna internet di tanah air dan perbaikan infrastruktur teknologi digital. Menurut data dari databoks.katadata.co.id, pada tahun 2024, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191 juta orang (73,7% dari populasi), dengan sekitar 167 juta di antaranya merupakan pengguna aktif (64,3% dari populasi). Platform yang paling populer adalah YouTube dengan 139 juta

pengguna, diikuti oleh Instagram dengan 122 juta pengguna, Facebook dengan 118 juta pengguna, WhatsApp dengan 116 juta pengguna, dan TikTok dengan 89 juta pengguna.

Sementara dari segi umur sendiri, pengguna media sosial didominasi oleh usia 18-34 tahun (54,1%), dengan jenis kelamin perempuan (51,3%) sementara laki-laki (48,7%). Frekuensi penggunaan penduduk Indonesia rata-rata menghabiskan waktu 3 jam 14 menit per hari dengan 81% mengaksesnya setiap hari. Kegiatan yang dilakukan pun berbeda-beda mulai dari mengunggah foto/video (81%), komunikasi (79%), berita/informasi (73%), hiburan (68%), dan belanja online (61%).

Banyaknya anak-anak generasi Z (Gen Z) yang lahir pada era digital membuat penggunaan media sosial di Indonesia meningkat pesat. Jumlah penduduk Indonesia yang lebih dari 250 juta jiwa, serta bentuk alam Indonesia yang berupa kepulauan menjadikan media sosial sebagai sarana yang sangat efektif untuk menyalurkan informasi.

Dengan adanya perkembangan teknologi ini, informasi dapat diakses dengan cepat dan mudah. Media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari. Selama beberapa dekade terakhir, kemajuan teknologi informasi, terutama melalui internet, telah mengubah cara orang berkomunikasi, berinteraksi, dan menyebarkan informasi. Dahulu, orang mengandalkan surat, telepon, atau media massa seperti radio, televisi, dan surat kabar, tetapi sekarang media sosial menawarkan kecepatan, kemudahan, dan aksesibilitas yang belum pernah ada sebelumnya.

Saat ini, masyarakat menjadikan media sosial sebagai sumber informasi utama. Media sosial telah menyebabkan ratusan media cetak di Indonesia merugi dan banyak yang akhirnya harus tutup, karena pembacanya telah berpindah ke konten yang ada di media sosial. Kemudahan akses kapan pun dan di mana pun, serta biaya yang sangat ekonomis, menjadikan masyarakat lebih memilih media sosial.

Informasi memainkan peran penting di media sosial karena para pengguna membentuk identitas diri mereka, menciptakan konten, dan berinteraksi dengan orang lain berdasarkan informasi tersebut. Dengan hadirnya media sosial, beragam informasi dapat dengan mudah didapatkan oleh berbagai kalangan, dari anak-anak hingga dewasa maupun berbagai golongan masyarakat.

Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan ini, media sosial banyak dimanfaatkan oleh para da'i untuk berdakwah, seperti ustadz hanan attaki dan ustadz felix yang aktif menggunakan media sosial sebagai berdakwah. Tak hanya dimanfaatkan oleh individu, media sosial juga digunakan oleh lembaga pesantren. Banyak pesantren yang menggunakan media sosial untuk menyebar luaskan informasi dan membangun branding pesantren tersebut.

Pondok pesantren, jika dibandingkan dengan lembaga pendidikan lain yang ada di Indonesia, merupakan pola pendidikan tertua yang masih ada sampai saat ini dan dipandang sebagai budaya asli Indonesia. Menurut Sutejo Ibnu Pakar, Pada awal sejarahnya, pondok pesantren merupakan lembaga keagamaan yang sangat sederhana, di mana satu kamar atau rumah milik kiyai dijadikan tempat tinggal bagi santri yang datang untuk mempelajari ilmu agama serta meneladani sikap dan

perkataan kiyai. Kediaman kiyai biasanya terletak berdekatan dengan *mushalla*, atau mungkin *mushalla* tersebut adalah miliknya. Di *mushalla* tersebut dilaksanakan shalat fardhu berjamaah, dzikir atau wirid (mengucapkan kalimat-kalimat pujian bagi Allah dan Rasul-Nya), tadarus dan mengaji atau mempelajari dasar-dasar al-Qur'an, doa-doa pendek untuk shalat fardhu, dan belajar ilmu fiqih. Bagi santri yang berasal dari keluarga kurang mampu dan rumahnya cukup jauh, maka mereka menetap di *mushalla* tersebut (Pakar, 2019: 109).

Beberapa pondok pesantren masih menggunakan cara lama untuk menyebarkan informasi, seperti pengumuman yang disampaikan secara lisan selama pertemuan, papan tulis, atau buletin pesantren. Meskipun teknik ini berhasil di masa lalu, menghadapi tantangan di era modern membutuhkan metode yang lebih modern, termasuk penggabungan teknologi komunikasi seperti platform digital atau media sosial.

Metode konvensional menghadapi kendala karena bergantung pada penyampaian langsung, yang tidak selalu efektif, terutama di lingkungan yang lebih luas. Misalnya, ketika orang tua atau santri yang tinggal di luar pesantren membutuhkan informasi tentang kegiatan pesantren, metode manual menjadi tidak efektif dibandingkan dengan teknologi digital, yang dapat menyebarkan informasi dengan lebih cepat dan ke seluruh populasi.

Banyak pesantren mulai menggunakan media sosial seperti platform Instagram dan Youtube, dan platform digital lainnya untuk mengelola dan menyebarkan informasi mereka karena kemajuan teknologi komunikasi. Platform-platform ini menawarkan banyak keuntungan, seperti kemudahan akses, kecepatan

penyebaran informasi, dan keleluasaan dalam berkomunikasi dengan berbagai pihak, baik internal maupun eksternal. Lima pesantren besar di Indonesia kini telah memanfaatkan media sosial sebagai media informasi mereka seperti Pondok Pesantren Lirboyo (@pondoklirboyo) yang memiliki pengikut di instagram sebanyak 591 ribu, Pondok Modern Darussalam Gontor (@pondok.modern.gontor) dengan 253 ribu pengikut, Pondok Pesantren Sidogiri (@santrisdogiri) dengan 101 ribu pengikut, Pondok Pesantren Langitan (@menaralangitan) dengan 93,2 ribu pengikut, dan Pondok Pesantren Tebuireng (@tebuireng.online) dengan 68,8 ribu pengikut.

Media sosial memiliki kemampuan yang memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah antara pengirim dan penerima pesan yang menjadi fitur khasnya. hal tersebut berbeda dengan media konvensional yang bersifat satu arah, karena menyampaikan informasi kepada audiens dari satu tanpa melibatkan khalayak. Media konvensional menjadikan audiensnya sebagai penerima yang pasif karena tidak bisa berpartisipasi atau merespons pesan yang di sampaikan secara langsung.

Media sosial memfasilitasi penggunaanya dengan beragam fitur menarik yang memungkinkan mereka dapat merespons dan berinteraksi secara langsung dengan konten yang dibagikan. Contohnya, pada platform Instagram, audiens dapat memberikan komentar seperti menyampaikan tanggapan, pertanyaan, ataupun pendapatnya mengenai konten yang diunggah. Mereka juga dapat menunjukkan responsnya terhadap konten tersebut dengan memberi tanda like ataupun reaksi lainnya yang telah disediakan oleh platform. Tidak hanya itu, pengguna juga dapat

membagikan kembali konten kepada orang lain atau jaringan mereka sendiri. Hal tersebut dapat membuat pesan yang di sampaikan memiliki jangkauan yang lebih luas.

Dengan memanfaatkan media sosial, penyebaran informasi dapat dengan cepat tersampaikan kepada orang-orang yang berada di luar area pondok pesantren. Pengumuman kegiatan pesantren, informasi pengajaran, dan komunikasi dengan orang tua santri dapat dengan mudah dan cepat di sampaikan melalui media sosial. Tidak hanya membantu dalam percepatan informasi, media sosial juga dapat membantu pengelolaan informasi yang lebih baik. Pesantren dapat mengelola interaksi antara guru, santri, dan orang tua secara lebih terstruktur dan terkendali.

Salah satu pesantren yang sudah memanfaatkan media sosial adalah Pondok Pesantren Darussalam Rajapolah Tasikmalaya. Pondok pesantren yang beralamat di Kampung Narunggul Desa Tanjungpura Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya ini aktif menggunakan media sosial untuk menyebarkan informasinya. Pondok pesantren ini memiliki peran strategis dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman, khususnya di era digital saat ini. Pesantren Darussalam tidak hanya dikenal sebagai lembaga pendidikan agama yang berpengaruh di Tasikmalaya, tetapi juga aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah yang modern, kreatif, dan mampu menjangkau masyarakat luas, terutama generasi muda.

Pondok Pesantren Darussalam telah mengelola media sosial dengan baik, terbukti dari konsistensi mereka dalam memproduksi dan membagikan konten dakwah yang berkualitas, terjadwal, dan sesuai dengan prinsip-prinsip keislaman. Pengelolaan yang baik ini mencakup aspek perencanaan konten, desain visual,

pemilihan bahasa, hingga interaksi dengan para pengikut, sehingga membuat pesan dakwah lebih mudah diterima.

Hal menarik lainnya adalah jumlah pengikut media sosial pesantren yang cukup banyak, menunjukkan tingginya kepercayaan dan antusiasme masyarakat terhadap dakwah yang disampaikan. Banyaknya pengikut juga menjadi indikator keberhasilan pesantren dalam membangun citra positif dan menjangkau audiens yang lebih luas di luar lingkungan pesantren. Pondok Pesantren Darussalam memiliki pengikut di Instagram (@darussalam.tasik) sebanyak 8.311 pengikut, Facebook (Darussalam Tasikmalaya) sebanyak 4,8 ribu pengikut, YouTube (Darussalam TV) dengan 9,54 ribu subscriber, dan Tiktok (Darussalam.tasik) dengan 11,5 ribu pengikut.

Selain itu, keberhasilan ini didukung oleh manajerial kepengurusan media sosial yang profesional, yang terdiri dari praktisi IT, admin, editor konten, hingga tim desain. Kolaborasi tim yang solid ini memungkinkan terciptanya konten dakwah yang kreatif, informatif, dan tetap menjaga nilai-nilai pesantren. Hal ini menunjukkan bahwa pesantren tidak hanya adaptif terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga serius dalam memastikan kualitas dan efektivitas dakwah melalui media sosial.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti media sosial lembaga pendidikan pesantren, yaitu Pondok Pesantren Darussalam, karena pondok pesantren ini merupakan lokasi penelitian yang penulis anggap paling tepat dan baik dalam pemanfaatan media sosial untuk mengelola informasi dan komunikasi. Sebab, pondok pesantren harus bisa beradaptasi dengan perkembangan

teknologi yang ada saat ini. Pondok pesantren harus bisa memanfaatkan hal-hal positif yang baru tanpa menghilangkan kultur lama yang baik di pondok pesantren. Itulah sebabnya, maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pondok pesantren dapat memadukan media sosial agar tercipta pengelolaan informasi dan komunikasi yang baik. Maka penelitian ini akan diajukan dengan judul “PENGELOLAAN INFORMASI DAKWAH DALAM MEDIA SOSIAL PONDOK PESANTREN: Studi Deskriptif di Pondok Pesantren Darussalam Rajapolah Tasikmalaya”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dari itu, yang menjadi fokus penelitian penulis tertuju pada:

1. Bagaimana Pondok Pesantren Darussalam menyiapkan konten informasi dakwah agar dipahami oleh masyarakat (*To secure understanding*)?
2. Bagaimana Pondok Pesantren Darussalam membangun penerimaan audiens melalui konten dakwah (*To establish acceptance*)?
3. Bagaimana Pondok Pesantren Darussalam mendorong masyarakat merespon konten informasi dakwah (*To motive action*)?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam fokus penelitian, yang meliputi:

1. Untuk mengetahui bagaimana Pondok Pesantren Darussalam menyiapkan konten informasi dakwah agar dipahami oleh masyarakat (*To secure understanding*).

2. Untuk mengetahui bagaimana Pondok Pesantren Darussalam membangun penerimaan audiens melalui konten dakwah (*To establish acceptance*).
3. Untuk mengetahui bagaimana Pondok Pesantren Darussalam mendorong masyarakat merespon konten informasi dakwah (*To motive action*).

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat dibagi menjadi dua aspek, yaitu manfaat dalam bidang akademis dan manfaat dalam penerapan praktis.

1. Manfaat secara Akademis

Penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi pada pengembangan pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi dan dakwah, khususnya dalam konteks pengelolaan informasi dakwah dalam media sosial di pondok pesantren. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi penggunaan media sosial secara efektif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Penelitian ini juga akan mengisi kesenjangan dalam literatur mengenai komunikasi berbasis digital di lingkungan pesantren, terutama dalam kaitannya dengan modernisasi dan adaptasi teknologi. Dari perspektif studi dakwah, penelitian ini memberikan kontribusi penting pada dakwah digital, dengan menyoroti bagaimana media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam, khususnya di lembaga pesantren yang masih menjunjung tinggi tradisi. Penelitian ini juga memberikan wawasan tentang adaptasi pesantren terhadap teknologi informasi untuk menjembatani komunikasi

antara pengurus, santri, dan masyarakat umum, dengan tetap menjaga identitas keislaman yang kuat.

2. Manfaat secara Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi pengelolaan informasi dakwah melalui media sosial di Pondok Pesantren Darussalam Rajapolah, Tasikmalaya. Fokus utamanya adalah memahami bagaimana media sosial dapat diintegrasikan untuk memperkuat dan memfasilitasi penyebaran dakwah di lingkungan pesantren, baik antara pengajar, santri, maupun masyarakat luas. Tujuan akhirnya adalah untuk mengembangkan pengetahuan di bidang ini, khususnya dalam konteks penggunaan teknologi modern dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah yang berlandaskan nilai-nilai Islam tradisional. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada literatur dakwah dan komunikasi Islam, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait strategi komunikasi dakwah digital dalam institusi pesantren. Selain itu, hasil penelitian ini juga akan memberikan wawasan praktis tentang bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara efektif untuk pengelolaan dan penyebaran dakwah di pesantren, serta mendorong lembaga lain untuk memperkuat integrasi teknologi dalam kegiatan dakwah mereka. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran objektif tentang implementasi teknologi komunikasi dalam dakwah di pesantren, sekaligus menginspirasi kesadaran dan kepedulian terhadap penggunaan media sosial sebagai alat yang efektif dalam menjaga keberlanjutan dakwah dan penyebaran nilai-nilai Islam.

E. Tinjauan Pustaka

a. Landasan Teoritis

Teori yang dijadikan rujukan dalam penelitian mengenai pengelolaan informasi dakwah dalam media sosial di pondok pesantren adalah teori strategi komunikasi dari R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett. Menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett strategi komunikasi memiliki tiga tujuan (Effendy, 1984: 31):

- 1) *To secure understanding*, yaitu memastikan pesan telah diterima oleh komunikan atau audiens. Pesan yang telah tersampaikan kepada audiens harus dipastikan agar tidak terjadinya kesalahpahaman dan diterima dengan baik oleh audiens.
- 2) *To establish acceptance*, yaitu membina atau mengupayakan penerimaan pesan. Pesan yang telah disampaikan harus mengandung pembinaan atau pengupayaan untuk membuat audiens menerima pesan dengan baik.
- 3) *To motive action*, yaitu kegiatan yang dimotivasi. Pesan apa yang telah disampaikan kepada audiensi, harus mengandung motivasi agar audiens yang telah menerima pesan bisa termotivasi dengan adanya pesan tersebut.

Menurut Effendi (2005: 32) strategi komunikasi adalah perpaduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Anwar Arifin mengklaim bahwa strategi komunikasi terdiri dari semua pilihan kondisional atas tindakan yang harus diambil untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai keberhasilan dalam membawa perubahan pada audiens, penting untuk mempertimbangkan kondisi dan skenario yang akan dihadapi dan yang mungkin dihadapi di masa depan. Tindakan komunikasi dapat dilakukan untuk tujuan komunikasi yang direncanakan sebagai target perubahan berkat strategi komunikasi (Arni, 2004: 62).

b. Kerangka Konseptual

1. Pengelolaan Informasi

Pengelolaan menurut KBBI (2023) adalah proses, cara, perbuatan mengelola, proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain, proses yang membantu merumuskan dan tujuan organisasi, dan proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan dan pencapaian tujuan.

Istilah dari pengelolaan adalah manajemen. Menurut Riinawati (2019), manajemen adalah suatu proses yang terdiri dari rangkaian kegiatan, seperti *planning, organizing, staffing, directing*, dan *controlling* yang dilakukan oleh para anggota organisasi dengan menggunakan seluruh sumber daya organisasi untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Riinawati, 2019: 9).

Dalam perspektif lebih luas, pengelolaan adalah suatu proses pengaturan dan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki organisasi melalui kerjasama para anggota

untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien (Wijaya & Rifa'i, 2016: 15).

Dari definisi diatas, maka dapat difahami bahwa definisi pengelolaan adalah suatu proses yang melibatkan berbagai kegiatan untuk mengatur, memanfaatkan, dan menggerakkan sumber daya, baik itu manusia maupun material, dengan tujuan mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Proses ini melibatkan langkah-langkah seperti perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengadaan sumber daya manusia (*staffing*), pengarahan (*directing*), dan pengawasan (*controlling*). Pengelolaan bertujuan untuk memastikan bahwa segala sesuatu berjalan sesuai dengan rencana, serta untuk mencapai hasil yang optimal melalui kerjasama tim. Secara sederhana, pengelolaan mencakup usaha mengatur dan mengarahkan sumber daya agar tujuan yang ditetapkan dapat tercapai secara efisien.

Informasi menurut KBBI (2023) berarti penerangan, pemberitahuan, kabar, atau berita mengenai sesuatu. Secara umum, istilah informasi berarti pengetahuan tentang sesuatu atau seseorang. Ini juga bisa merujuk pada kumpulan fakta atau data mengenai suatu subjek, yang membuat fakta tersebut dikenal atau diketahui (Hanafi, 2011: 34).

Informasi menurut Sukoharsono (2008), adalah data yang telah disusun sedemikian rupa sehingga mempunyai arti dan dapat digunakan (berguna) bagi orang, misalnya untuk mengambil keputusan (Sukoharsono, 2008: 32).

Dari beberapa definisi diatas, maka dapat difahami bahwa informasi adalah data atau fakta yang telah diolah atau disusun sehingga memiliki makna dan dapat

digunakan untuk memberikan pengetahuan atau pemahaman tentang sesuatu. Informasi dapat berbentuk pemberitahuan, kabar, berita, atau pengetahuan yang berguna dalam pengambilan keputusan dan tindakan.

2. Dakwah

Secara etimologis, menurut para ahli bahasa, dakwah berakar kata *da'a-yad'u da'watan*, artinya "mengajak" atau "menyeru". Secara terminologis, dakwah adalah mengajak atau menyeru manusia agar menempuh kehidupan ini di jalan Allah Swt, berdasarkan ayat Al-Quran: "*Serulah oleh kalian (umat manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah, nasihat yang baik, dan berdebatlah dengan mereka secara baik-baik...*" (QS. An Nahl:125) (Romli, 2013: 9).

Dakwah menurut Mahmuddin (2018) adalah kegiatan yang dilakukan secara profesional untuk membentuk pemahaman yang benar tentang Islam pada objek dakwah, yang dapat membawa perubahan sikap dan perilaku (Mahmuddin, 2018: 11).

Dari definisi diatas, dapat difahami bahwa dakwah merupakan suatu aktivitas mengajak atau menyeru manusia untuk mengikuti jalan Allah Swt dengan cara yang baik dan bijaksana. Kegiatan ini dilakukan secara profesional dengan tujuan membentuk pemahaman yang benar tentang Islam, serta mendorong perubahan positif dalam sikap dan perilaku individu. Dakwah tidak hanya sekadar seruan, tetapi juga melibatkan pendekatan yang hikmah dan nasihat yang baik.

3. Media Sosial

Media sosial menurut Rusli Nasrullah (2011) adalah medium di internet yang

memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2020: 11).

Menurut Widiastuti (2024), media sosial adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi konten seperti tulisan, gambar, video, atau audio. Media sosial juga memberikan peluang koneksi yang nyaris tak terbatas dan memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan siapa pun, di mana pun, dan kapan pun (Widiastuti, 2024: 4-7).

Dari definisi di atas, dapat didahami bahwa definisi media sosial adalah platform atau medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi konten dalam berbagai bentuk, seperti tulisan, gambar, video, atau audio. Media sosial memfasilitasi presentasi diri dan membentuk ikatan sosial secara virtual, serta memberikan peluang koneksi yang hampir tidak terbatas, memungkinkan pengguna terhubung dengan orang lain di mana saja dan kapan saja.

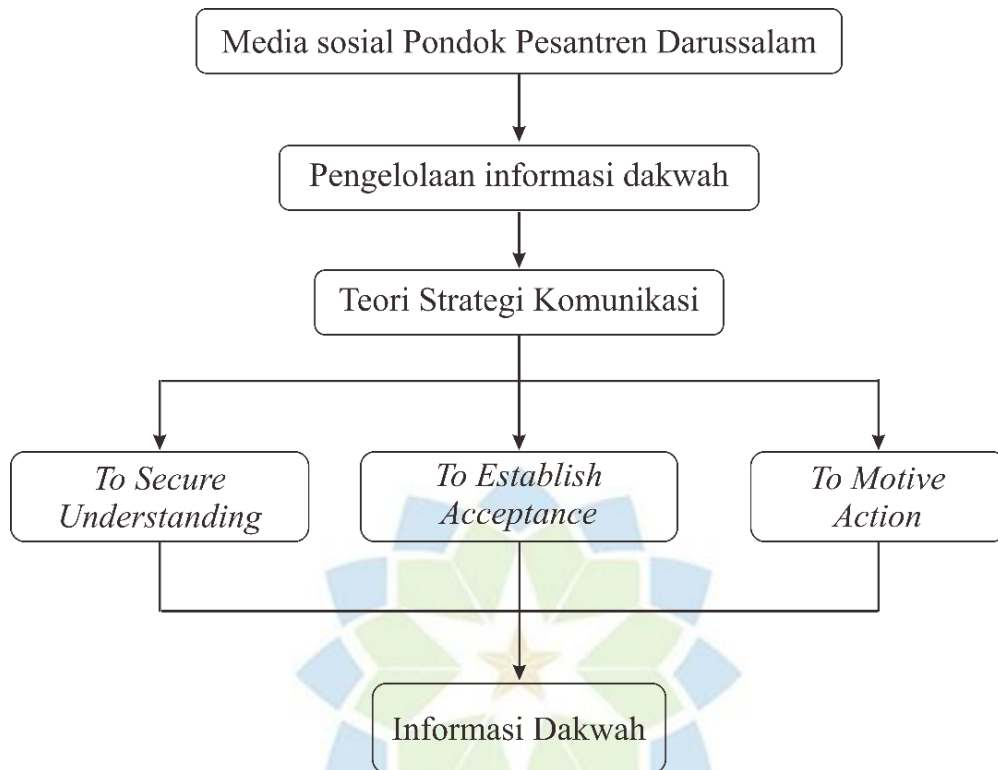
4. Pondok Pesantren

Istilah pondok pesantren terdiri dari dua kata yang menunjukkan pada suatu pengertian yaitu kata pondok dan kata pesantren. Secara etimologi kata pondok berasal dari kata *funduq* (arab) yang berarti tempat bermalam atau penginapan, ruang tidur atau wisma sederhana. Perkataan pesantren berasal dari kata santri yang dengan awalan *pe* di depan dan akhiran *an* yang berarti menunjukkan tempat para santri (Dhofier, 2011: 41).

Menurut Hadi Purnomo (2017), pondok pesantren adalah lembaga pendidikan dan pengajaran agama Islam yang pada umumnya pendidikan dan pengajaran tersebut diberikan dengan cara non-klasikal (sistem bandongan dan sorogan) di mana seorang kiai mengajar santri-santri berdasarkan kitab-kitab yang ditulis dalam bahasa Arab oleh ulama-ulama besar sejak abad pertengahan, sedang para santri biasanya tinggal dalam pondok atau asrama dalam lingkungan pesantren tersebut (Purnomo, 2017: 24).

Menurut Abdulloh Hamid (2017), pondok pesantren merupakan tempat pembelajaran agama Islam dan ilmu lainnya dengan model pembelajaran berbentuk asrama dimana para santri melakukan kegiatan sehari-hari seperti tidur, makan, mandi ditempat tersebut. Kiai sebagai *central figure* yang menanamkan nilai-nilai akhlak yang mulia serta mengembangkan talenta para santri agar mampu menjadi manusia yang siap bermasyarakat berdasarkan iman dan takwa (Hamid, 2017: 48).

Dari beberapa definisi diatas, dapat difahami bahwa pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan islam berbasis asrama di mana santri bermukim di dalam pondok di bawah bimbingan dan pengawasan langsung dari kiai. Tujuan utama didirikannya pondok pesantren adalah untuk melaksanakan kiprah di bidang pendidikan, selain itu, pondok pesantren juga melaksanakan fungsi sosialnya, yaitu membantu mengayomi masyarakat sesuai kemampuan yang dimiliki oleh pesantren itu sendiri.

Bagan 1.1 Kerangka konseptual

F. Langkah-Langkah Penelitian

Guna menghasilkan suatu data penelitian yang valid, maka dari itu harus dilakukan beberapa pendekatan yang ilmiah yang tersusun rapih secara sistematis agar isinya juga dapat dipertanggung jawabkan keabsahannya. Maka dari itu peneliti menggunakan beberapa langkah sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini berada di Pondok Pesantren Darussalam, yang beralamat di Kampung Narunggul Desa Tanjungpura Kecamatan Rajapolah Kabupaten Tasikmlaya Jawa Barat.

Peneliti memberikan alasan untuk melakukan penelitian ditempat ini sebagai berikut :

- a. Karena Pondok Pesantren Darussalam telah cukup baik dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan pesan dakwah.
- b. Pondok Pesantren Darussalam memiliki banyak pengikut di media sosial.
- c. Konten dakwah Pondok Pesantren Darussalam menjadi daya tarik agar masyarakat tertarik untuk memasukkan anak-anak mereka di lembaga pendidikan pesantren.
- d. Pondok Pesantren Darussalam memiliki pengurus yang profesional dalam menjalankan media sosial.
- e. Karena di Pondok Pesantren Darussalam tersedianya data untuk melakukan penelitian ini.
- g. Karena di pondok ini memiliki relevansi permasalahan yang sesuai dengan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- h. Dan lokasi yang strategis yang mudah dijangkau oleh peneliti yang sangat memungkinkan dilakukan penelitian.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, Paradigma konstruktivisme merupakan paradigma pengetahuan yang berpegang pada pandangan yang menyatakan bahwa pengetahuan dan kebenaran objektif merupakan hasil perspektif (Triyono, 2021: 29). Paradigma konstruktivisme relevan karena peneliti berusaha memahami bagaimana para pengelola media sosial pondok pesantren membangun, menyusun, dan menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat. Peneliti juga ingin mengeksplorasi bagaimana nilai-

nilai dakwah diinterpretasikan dan dikonstruksi melalui berbagai bentuk konten media sosial seperti video, poster digital, caption, dan lain-lain.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana pengelolaan informasi dakwah dilakukan oleh pondok pesantren melalui media sosial. Pendekatan kualitatif dipilih bukan hanya untuk menggambarkan fenomena secara deskriptif, tetapi juga untuk mengeksplorasi makna, strategi, serta pengalaman para pengelola media sosial dalam mendakwahkan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas.

Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat menggali proses, motivasi, pertimbangan, dan tantangan yang dihadapi pondok pesantren dalam mengelola konten dakwah. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melakukan interaksi langsung, seperti wawancara mendalam dan observasi, sehingga memperoleh pemahaman holistik mengenai cara pesan dakwah dikemas, disebarluaskan, serta diterima oleh audiens.

3. Metode Penelitian

Metode dalam suatu penelitian pada dasarnya adalah cara untuk memperoleh data dengan tujuan penggunaan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu memberikan gambaran secara sistematis, faktual mengenai pengelolaan informasi dakwah dalam media sosial di Pondok Pesantren Darussalam Rajapolah Tasikmalaya.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Peneliti mengumpulkan data kualitatif berupa wawancara, observasi perilaku, dan dokumen tertulis terkait jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan terhadap fokus dan tujuan penelitian.

b. Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1) Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan atau dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber aslinya. Data primer sering disebut sebagai data asli atau data baru yang berasal dari sumbernya. Data primer juga dikenal sebagai data asli atau data baru yang sifatnya selalu terbaru (Siyoto & Sodik, 2015: 57). Dalam penelitian ini, yang berkaitan dengan data primer adalah data yang diperoleh dari ustaz penanggung jawab multimedia dan pengurus multimedia pondok dari santri kelas 6.

2) Sumber Data Sekunder

Selanjutnya dengan data sekunder, data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal, informan penunjang dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

5. Informan

Sumber informan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, informan utama dan informan penunjang. Informan utama dalam penelitian ini adalah ustaz

penanggung jawab multi media Pondok Pesantren Darussalam, pengurus OPPD dari santri kelas 6 bagian multimedia, dan santri anggota multimedia Pondok Pesantren Darussalam. Sedangkan informan penunjang dalam penelitian ini adalah wali santri Pondok Pesantren Darussalam, masyarakat sekitar dan pengikut media sosial Pondok Pesantren Darussalam.

6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah berbagai cara yang digunakan untuk mengumpulkan data, menghimpun, mengambil, atau menjangkau data penelitian. Kita mengenal metode wawancara, pengamatan, angket, pengetesan, arsip, dan dokumen.

a. Observasi

Salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk melakukan pengamatan dari berbagai fenomena, situasi, atau kondisi yang terjadi (Munandar, 2022: 62). Observasi dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang akurat dalam suatu kejadian atau peristiwa untuk menjawab pertanyaan penelitian (Pahleviannur, dkk, 2022: 130).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi non-partisipatif terhadap akun Instagram Pondok Pesantren Darussalam, yaitu @darussalam.tasik, untuk mengkaji pengelolaan informasi dakwah. Beberapa hal yang akan diobservasi meliputi jenis konten dakwah yang dipublikasikan, seperti ceramah, kutipan Al-Qur'an dan Hadis, video edukasi, atau kegiatan pondok pesantren; format penyajian konten, seperti teks, gambar, atau video; frekuensi dan konsistensi

unggahannya; pola interaksi audiens melalui komentar, likes, atau shares; serta gaya bahasa dan visualisasi dalam penyampaian pesan dakwah.

Observasi ini dilakukan dengan tujuan untuk memahami bagaimana Pondok Pesantren Darussalam memanfaatkan media sosial dalam menyampaikan informasi dakwah, mengetahui efektivitas strategi komunikasi yang digunakan, dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung atau menghambat pengelolaan konten dakwah. Selain itu, observasi juga bertujuan untuk mendapatkan data empiris terkait pola interaksi antara pengelola media sosial pondok pesantren dan audiensnya. Teknik observasi dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh data langsung dan otentik tanpa melalui interpretasi pihak ketiga, sehingga hasilnya lebih valid. Teknik ini juga relevan dengan sifat media sosial yang dapat diamati secara langsung, fleksibel, dan memberikan peluang untuk analisis mendalam, baik dari segi visual, bahasa, maupun pola interaksi pengguna.

b. Wawancara

Wawancara merupakan metode untuk mendapatkan informasi atau data melalui interaksi lisan. Ini memungkinkan kita untuk memasuki alam pikiran seseorang, khususnya tentang hal-hal yang tidak dapat dilihat seperti perasaan, pikiran, pengalaman, pendapat, dan lainnya (Suwartono, 2014: 48).

Dalam penelitian ini, wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan data terkait pengelolaan informasi dakwah di media sosial Pondok Pesantren Darussalam. Wawancara mendalam akan melibatkan beberapa informan utama, yaitu penanggung jawab tim media atau multimedia pondok pesantren, admin atau pengelola akun media sosial resmi pondok, serta santri yang bertugas di bidang

multimedia. Pemilihan informan ini dilakukan karena mereka dianggap memiliki pengetahuan langsung, tanggung jawab, dan pengalaman dalam pengelolaan konten dakwah di media sosial.

Tujuan wawancara mendalam adalah untuk memperoleh informasi mendalam tentang bagaimana tim media Pondok Pesantren Darussalam menyusun, mengelola, dan menyampaikan konten dakwah melalui media sosial. Wawancara mendalam juga bertujuan untuk memahami proses perencanaan, pelaksanaan, serta tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan informasi dakwah. Selain itu, wawancara mendalam dapat membantu mengidentifikasi strategi komunikasi yang diterapkan untuk meningkatkan efektivitas dakwah melalui media sosial.

Teknik wawancara mendalam dipilih karena memiliki beberapa keunggulan. Wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk memperoleh data langsung dari narasumber yang terlibat langsung dalam pengelolaan media sosial, sehingga informasi yang diperoleh lebih spesifik dan relevan. Teknik ini juga memberikan kesempatan untuk menggali informasi secara mendalam, termasuk klarifikasi atau penjelasan atas jawaban yang diberikan oleh narasumber. Selain itu, wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk memahami sudut pandang dan pengalaman narasumber, yang tidak dapat diperoleh melalui metode lain seperti observasi atau analisis dokumen. Dengan demikian, wawancara mendalam menjadi metode yang tepat untuk menggali informasi tentang pengelolaan informasi dakwah di media sosial Pondok Pesantren Darussalam.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya (Siyoto & Sodik, 2015: 65). Dalam penelitian ini, dokumentasi memegang peran penting dengan mengumpulkan berbagai dokumen digital seperti panduan penggunaan media sosial, kebijakan komunikasi pesantren, konten-konten media sosial yang dipublikasikan, serta statistik interaksi digital dari platform seperti Facebook, Instagram, Youtube dan WhatsApp. Selain itu, tangkapan layar (*screenshot*) dan rekaman video dari aktivitas media sosial sehari-hari, termasuk kegiatan dakwah online dan komunikasi antar-ustaz serta santri, memberikan gambaran visual tentang penggunaan media sosial dalam pesantren. Catatan lapangan dari pengamatan interaksi media sosial juga merekam bagaimana pesan disampaikan dan diterima oleh komunitas pesantren. Data digital seperti e-mail, pesan WhatsApp, dan presentasi multimedia melengkapi informasi yang dikumpulkan. Analisis dokumen dilakukan melalui pengorganisasian, pembacaan mendalam, pengkodean, dan penyusunan tema-tema utama terkait pengelolaan informasi dakwah melalui media sosial. Pendekatan dokumentasi yang menyeluruh ini memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana pengelolaan informasi dakwah dalam media sosial di Pondok Pesantren Darussalam Rajapolah Tasikmalaya.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Beberapa teknik validasi diterapkan untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian ini. Pertama, triangulasi sumber diterapkan dengan membandingkan

informasi dari wawancara dengan pengelola media sosial, santri, dan ustaz, serta dokumen tertulis seperti panduan penggunaan media sosial dan arsip konten. Langkah ini diambil untuk memastikan data tetap konsisten. Selain itu, triangulasi metode dilakukan dengan menggabungkan wawancara mendalam, observasi penggunaan media sosial di lingkungan pesantren, dan analisis konten digital untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif. Member check dilakukan dengan mengembalikan hasil analisis kepada partisipan untuk memvalidasi temuan maupun interpretasi peneliti. Jejak audit didokumentasikan dengan rinci untuk menelusuri setiap langkah penelitian dan menjamin transparansi proses. Melalui teknik-teknik ini, peneliti dapat menjamin ketepatan dan keandalan data, sekaligus memberikan pandangan menyeluruh tentang pengelolaan informasi dakwah dalam media sosial di Pondok Pesantren Darussalam Rajapolah Tasikmalaya.

8. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan berbagai pendekatan untuk mengatur dan menganalisis data dalam konteks pengelolaan informasi dakwah dalam media sosial di pondok pesantren. Fokus penelitian kualitatif adalah untuk memahami secara mendalam perilaku, persepsi, ide, dan tindakan dari subjek penelitian, dalam hal ini, pengelola pesantren dan santri. Penelitian kualitatif berupaya menggali bagaimana media sosial digunakan di pondok pesantren melalui analisis deskriptif, yang melibatkan interpretasi kata-kata dan bahasa dalam konteks alami. Data dikumpulkan melalui wawancara, pengamatan lapangan, serta dokumen-dokumen terkait penggunaan media sosial. Setelah data terkumpul, peneliti mengolahnya

menggunakan pendekatan analisis deskriptif kualitatif, sambil memastikan keakuratan informasi dengan memverifikasi sumber-sumber data secara cermat. Penelitian ini menggabungkan hasil dari wawancara, catatan pengamatan lapangan, serta dokumen digital dan media sosial yang digunakan di pesantren untuk menilai bagaimana pengelolaan informasi dakwah dalam media sosial di Pondok Pesantren Darussalam Rajapolah Tasikmalaya.

9. Rencana Jadwal Penelitian

Penelitian ini penting karena bertujuan untuk mengembangkan pemahaman mengenai pengelolaan informasi dakwah dalam media sosial di pondok pesantren. Jadwal penelitian disusun untuk memastikan bahwa setiap tahapan dilaksanakan secara tepat waktu dan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan berjalan dengan lancar dan memberikan hasil yang akurat serta berkualitas, khususnya dalam pengelolaan informasi dakwah di lingkungan pondok pesantren melalui pemanfaatan media sosial.

Tabel 1.1 Rencana Jadwal Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1.	Observasi awal					
2.	Penyusunan proposal					
3.	Seminar usulan proposal penelitian					
4.	Penulisan teori penelitian					
5.	Penyiapan pedoman observasi dan wawancara					
6.	Pengumpulan data penelitian					
7.	Analisis data penelitian					
8.	Penulisan hasil penelitian					
9.	Penulisan Pembahasan penelitian					
10.	Penulisan Kesimpulan					
11.	Penyusunan Laporan Penelitian					
12.	Sidang Munaqosah					