

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Proses komunikasi saat ini menyebabkan banyak kesalahpahaman. Hal ini dapat disebabkan karena semakin mudahnya komunikasi terjalin, para komunikator tidak terlalu mementingkan etika berkomunikasi yang baik. Banyak konflik terjadi yang dapat disaksikan melalui media saat ini. Bahkan *Hoax* pun ikut tersebar dimana-mana. Saat ini, hampir tidak ada batasan-batasan dalam komunikasi.

Bahkan saat ini, banyak terdengar informasi terkait apapun. Namun, jika tidak disaring kebenarannya, maka masyarakat akan terjebak dalam informasi yang sifatnya *hoax*. Ada Sebagian orang yang ingin terkenal dengan menyebarkan *hoax* atau menyebarkan berita yang sedang viral saat ini dengan melebih-lebihkan informasi yang disampaikan. Semua hal dapat dengan mudah dilakukan saat ini, terutama dalam berkomunikasi melalui media.

Setiap orang memiliki kebutuhan akan sosialisasi terhadap lingkungan sekitarnya, termasuk saling membutuhkan satu sama lain. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri lagi. Seperti halnya komunikasi yang akan dialami oleh setiap orang. Bahkan di saat sedang sendiri, manusia masih mengalami komunikasi yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi yang berlangsung dengan diri sendiri. Komunikasi antara dua orang atau lebih, yang dikenal dengan

komunikasi antar personal atau komunikasi yang terjadi dengan sebuah komunitas atau kelompok.

Komunikasi adalah proses komunikasi yang berlangsung antar medium dalam penyampaian pesan kepada medium tersebut. Pesan tidak harus dalam bentuk kata-kata. Pesan dapat disampaikan secara verbal maupun non verbal. Proses komunikasi dapat dikatakan berjalan dengan baik apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator mudah dipahami oleh komunikan dan dapat memberikan umpan balik kepada komunikator. Ekspresi wajah yang ditampakan oleh seseorang merupakan bagian dari komunikasi. Membahas komunikasi tidak akan pernah ada habisnya, komunikasi terjadi dari saat Anda bangun sampai Anda tertidur lagi.

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin *communicare* yang artinya sama. Di sini sama artinya sama dalam pengertian dan pendapat antara komunikator dan komunikan. Jadi, saat berkomunikasi dengan orang lain, ada baiknya terlebih dahulu mendefinisikan objek yang menjadi dasar kita bisa memiliki pemahaman yang sama. Ketika pemahaman dan pendapat bersama tercapai, komunikasi berjalan dengan lancar dan baik. Secara etimologis, komunikasi berasal dari kata *to communicate*. Menurut Longman Dictionary of Contemporary English, definisi *communicate* adalah usaha untuk menyatakan pendapat, mengungkapkan perasaan, menyampaikan informasi, dan lain-lain, agar orang lain tahu atau mengerti. Arti lainnya dari komunikasi adalah berbagi (*to share*) atau bertukar (*to exchange*) pendapat, perasaan, pengetahuan dan sebagainya. Komunikasi adalah transfer pesan dari satu orang

ke orang lain untuk mencapai pemahaman yang sama. Oleh karena itu, komunikasi adalah pertukaran informasi antara banyak pihak yang mengarah pada saling pengertian, kesepakatan, dan tindakan (Rogers & Kincaid, 1981).

Berdasarkan kerangka yang disajikan, empat fungsi komunikasi dibahas William I. Gordon, Keempat fungsi tersebut adalah komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual dan komunikasi instrumental. Fungsi acara komunikasi tampaknya tidak sepenuhnya independen, tetapi juga terkait dengan fungsi lain, meskipun ada fungsi yang dominan.<sup>1</sup>

Seiring perkembangan zaman yang semakin mengalami kemajuan, kini komunikasi tidak hanya berlangsung secara tatap muka. Namun komunikasi tetap dapat berlangsung jarak jauh, dengan melibatkan media. Kemajuan teknologi menjadikan manusia hidup serba bisa. Artinya, semua dapat mereka dapatkan. Informasi dapat diakses dengan sangat mudah tanpa batasan ruang dan waktu. Komunikasi juga menjadi semakin mudah. Jika zaman dahulu menggunakan surat untuk berkomunikasi jarak jauh melalui Kantor pos, kini sudah tidak lagi. Saat ini, jasa pengiriman sudah banyak digunakan untuk mengantar barang.

Komunikasi kini dilibatkan dalam segala bidang ilmu. Tidak ada ilmu yang tidak membutuhkan komunikasi. Komunikasi yang dilakukan melalui media dengan menggunakan teknologi yang ada saat ini, semakin banyak dimanfaatkan oleh setiap orang tanpa terkecuali. Hanya saja, kondisi ekonomi seringkali menentukan keadaan seseorang, semakin baik tingkat ekonomi

---

<sup>1</sup> Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi, Rosda (Bandung:2014), h.5

seseorang maka semakin canggih teknologi yang akan digunakan. Saat ini media memegang peranan penting dalam keseharian setiap orang.

Proses komunikasi tidak hanya berlangsung dua arah dengan tatap muka seperti komunikasi antar personal. Namun saat ini komunikasi dapat dilakukan oleh media. Apa yang ditampilkan oleh media merupakan bentuk dari sebuah komunikasi yang ingin disampaikan oleh media kepada publik. Media tidak membatasi jumlah audiensnya, hanya saja media memiliki karakteristik tertentu terhadap sebuah tayangan dan kepada siapa tayangan tersebut ditujukan. Audiens dapat menentukan media yang akan dimanfaatkan sesuai kebutuhannya.

Munculnya media baru (*the second age media*) menghadirkan sebuah konvergensi media konvensional yang dimulai dengan munculnya internet dan akses komunikasi dengan kecepatan *mobile system*. Oleh karena itu, kehadiran media dengan basis *mobile system* mampu membangun komunitas baru yang terangkum dalam komunitas nirrealitas (*virtual community*) atau disebut dalam istilah yang lain seperti, masyarakat jaringan (*network society*), masyarakat informasi (*information society*), masyarakat maya (*cyber society*), dan masyarakat transformasi (*transformation society*).<sup>2</sup>

Perkembangan tersebut merupakan sebuah tantangan yang besar bagi masyarakat. Masyarakat harus pandai dan bijak dalam mengikuti perkembangan tersebut. Karena komunikasi yang terjadi pada media baru lebih banyak didominasi oleh komunikasi internasional. Fenomena tersebut turut

---

<sup>2</sup> Dedi Kurnia Syah, Komunikasi Lintas Budaya, Simbiosis Rekatama Media (Bandung:2018), 57

serta membangun pandangan yang baru bagi masyarakat. Saat ini, media baru merupakan media yang paling diminati masyarakat karena memiliki jangkauan yang sangat luas dan dapat menggantikan efisiensi penggunaan waktu.

Ketika manusia bergantung pada media, maka pada saat yang bersamaan media juga akan lebih bergantung pada manusia (Ross dan Nightingale, 2003:13). Hal tersebut dapat kita lihat Ketika manusia bergantung pada media dalam hal mendapatkan informasi dan melakukan segala sesuatu sesuai dengan apa yang mereka butuhkan, secara otomatis media akan memuat informasi atau konten apapun yang banyak dicari oleh masyarakat massa. Budaya media yang ditandai dengan maraknya penggunaan media massa di era globalisasi ini membuat kita menjadi bagian dari media itu sendiri. Bennet (2005:75) menjelaskan konsep media sebagai budaya sosial yang dibawa oleh media atau lahir dari media tertentu. Ini adalah bukti bahwa media memainkan peran sentral dalam membimbing, membentuk, dan bahkan menciptakan kebiasaan sehari-hari.

Douglas Kellner (2010:1) menggambarkan budaya media sebagai bentuk yang muncul di mana gambar, suara, dan lensa membantu menciptakan teka-teki sehari-hari, dapat mengontrol waktu luang, membentuk pandangan politik dan sikap sosial, dan menyediakan materi yang dapat ditarik oleh masyarakat. identitas pribadi dan masyarakat.

Cerita dan gambar media memberikan simbol, mitos, dan sumber yang membantu membentuk budaya bersama sebagian besar orang di seluruh dunia saat ini. Budaya media mempengaruhi kita semua untuk membentuk identitas

kita. Tidak bisa dipungkiri bahwa budaya media adalah bagian dari budaya industri global, organisasi model produksi massal, dan diproduksi berdasarkan tipe, formula, kode dan aturan yang diterapkan pada masa.<sup>3</sup>

Masyarakat massa, atau yang lebih dikenal sebagai masyarakat populer, adalah kondisi individu-individu yang hidup serba instan, terfasilitasi oleh kemudahan (serba bisa), dan membaaur dalam kehidupan yang komoditif yang minim substantif. Budaya massa merupakan kebudayaan yang digemari karena sifatnya yang instan dan serba organik (budaya daur ulang/ *recreation culture*). Lahirnya masyarakat massa merupakan hasil kolektif dari kebebasan informasi, khususnya televisi.

Kehadiran media massa di tengah masyarakat sangat mempengaruhi perubahan sosial. Perubahan yang dialami masyarakat meliputi perubahan sikap atau tingkah laku, gaya bicara atau bahasa, cara berpakaian, serta perubahan gaya hidup yang lainnya. Budaya Indonesia mulai terkikis dengan hadirnya media-media baru yang menampilkan kebudayaan asing. Bahkan mereka lebih bangga ketika bisa mengikuti *trend* kekinian yang dibawa oleh kebudayaan asing.

Perkembangan teknologi kini ikut serta dalam membangun tatanan yang baru bagi masyarakat umum. Media mampu membentuk realitas atau fakta sosialnya sendiri yang muncul dalam struktur sosial. Konstruksionisme sosial adalah teori sosiologi modern yang diprakarsai oleh Peter L. Berger dan

---

<sup>3</sup> Moch. Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru, Simbiosis Rekatama Media* (Bandung:2019), 36

Thomas Luckmann (1990). Teori ini dimaksudkan sebagai kajian teoritis dan sistematis tentang sosiologi pengetahuan.<sup>4</sup>

Kini, teknologi telah berkembang cukup pesat dari masa ke masa. Hampir setiap orang membutuhkan teknologi dalam hidupnya. Manusia tak pernah terlepas dari teknologi, khususnya dalam penggunaan media tanpa batasan ruang dan waktu. Dimanapun dan kapanpun mereka dapat mengakses dan memperoleh informasi. Informasi yang didapatkan jumlahnya tak terbatas, namun dapat disesuaikan dengan yang mereka butuhkan.

Orang dapat melakukan berbagai fungsi berdasarkan teknologi yang semakin maju. Tidak terkecuali dalam kegiatan dakwah. Dari perspektif proses, dakwah merupakan bentuk kegiatan komunikatif yang dilakukan oleh para da'i. Da'i, atau sering disebut mubaligh, menjadi komunikator ketika mereka menyiarkan materi dakwah secara langsung atau melalui media untuk mengubah perilaku mitra dakwah atau komunikator. Da'i berperan sebagai komunikator, menyampaikan materi dakwah secara langsung atau melalui media untuk mengubah perilaku mitra dakwah atau komunikator. Ini merupakan proses komunikasi yang umum terjadi dalam kegiatan dakwah.

Secara etimologis, Mahmud (1995) menyatakan bahwa dakwah merupakan suatu bentuk kata kerja yang bersifat inklinasi sekaligus motivasi.

Ia menulis :

*“Da’wah is an act of inclination and encouragement. If you call a person to Islam it means you incline him towards what you called him to and generate his interest in it. Therefore, the da’wah to Islam is not restricted to*

---

<sup>4</sup> Basrowi Sukidin, Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro, Insan Cendekia (Surabaya: 2002), 194

*speech only, but includes whatever inclines and creates interest, of speech or action. Thus the da'wah is conveyed in the form of actions and speech. The muslim, by his own adherence, gives the living example of what he calls to with his tongue, and manifests the true image of Islam by adhering to the truth.”<sup>5</sup>*

Dengan kata lain berdasarkan apa yang telah ditulis oleh Mahmoud (1995) menjelaskan bahwa kegiatan dakwah dapat dipahami sebagai usaha untuk memberikan penawaran kepada orang lain agar mereka terdorong dan terdorong untuk menerapkan dan mengimplementasikan nilai-nilai dan ajaran Islam dengan cara demikian. dan tindakan Hal itu tidak wajib, melainkan mempengaruhi kemampuan seseorang untuk mencapai apa yang diharapkan dalam kegiatan dakwah itu sendiri.

Jika dahulu dakwah dilakukan oleh para mubaligh dengan mendatangi masjid-masjid atau majlis ta'lim, kini aktivitas dakwah dapat dilakukan dengan lebih mudah. Aktivitas dakwah tidak hanya berlangsung tatap muka dengan menghadirkan seorang *da'I* dengan beberapa *mad'u* didalam suatu majelis ilmu. Namun kini dakwah bisa dilakukan dimana saja dan oleh siapa saja yang mengenal Islam dengan baik. Agar kegiatan dakwah tersebut dapat diakses melalui media, sehingga memudahkan masyarakat untuk mengikuti kegiatan dakwah tersebut atau mendengarkan materi dakwah dimanapun dan kapanpun. Publik bisa memilih da'I untuk diikuti melalui media. Mereka memiliki akses yang mudah terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan dakwah. Media massa dan dakwah memiliki hubungan yang cukup erat.

---

<sup>5</sup> Aang Ridwan, Filsafat dan Etika Dakwah, Simbiosis Rekatama Media (Bandung:2022), 72

Artinya, dakwah adalah kegiatan yang mengajak atau mengajak manusia ke jalan kebaikan, jalan yang diridhoi Allah subhanahu wata'ala, sebagaimana yang dilakukan oleh Nabi Muhammad dan para khalifah sebelumnya. Strategi dakwah yang dilakukan Rasulullah saw pertama kali yaitu dakwah yang ditujukan kepada anggota keluarganya, para sahabatnya, kemudian dakwah secara sembunyi-sembunyi, melakukan dakwah melalui perdagangan dan pernikahan. Perintah berdakwah terdapat didalam Al-Qur'an diantaranya adalah :

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

Artinya :

“Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah swt, mengerjakan amal yang saleh dan berkata: “Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?” (QS. Fussilat :33)

Ayat diatas menjelaskan bahwa tidak ada yang lebih baik daripada orang-orang yang menyeru pada kebaikan dan mengerjakan amal sholeh. Betapa mulianya orang-orang yang demikian. Secara tidak langsung, makna ayat tersebut memerintahkan kita untuk berdakwah. Perintah dakwah juga dapat kita temukan di dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125, Allah swt berfirman :

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ  
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya :

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui

tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (QS. An-Nahl:125)

Saat ini, aktivitas dakwah dan kajian keislaman lainnya banyak kita dapatkan melalui media. Lahir dan berkembangnya media, khususnya media massa seperti yang telah dikomentari sejumlah pakar, telah ikut mempengaruhi terbentuknya format baru ragam pemikiran dan pandangan tentang Islam seperti yang berkembang di masyarakat. Munculnya citra baru Islam sebagai agama kekerasan, misalnya, kebanyakan dibentuk oleh media yang secara kebetulan ataupun disengaja lebih banyak memunculkan potret Islam dalam warna kekerasan. Meskipun faktanya hanya ada satu tindak kekerasan atas nama agama, media bisa saja menayangkannya secara berulang-ulang sehingga terkesan lebih dominan dan itulah agama (Islam) yang “dianggap” atau dipersepsi sesungguhnya.<sup>6</sup>

Namun pada kesempatan yang lain, media justru banyak menayangkan kegiatan-kegiatan keislaman. Seperti tayangan keislaman yang ditayangkan saat bulan Ramadhan melalui iklan di televisi serta kajian-kajian Keagamaan Islam yang disampaikan oleh mubaligh, salah satunya adalah Quraish Shihab dalam tayangan “Mutiara Hati”. Selain itu masih banyak lagi tayangan atau kajian keislaman oleh Ust. Maulana dalam tayangan “Islam Itu Indah”, tayangan Mamah Dedeh dalam berbagai acara televisi seperti, Curhat Dong Mah, Siraman Qolbu bersama Mamah Dedeh, Mamah Dedeh : Tanya Mamah Yuk dan sebagainya.

---

<sup>6</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Agama Media dan Komodifikasi*, Rajawali Pers (Depok:2020), 39

Media juga berfungsi sebagai cermin, apabila pesan-pesan yang dikandungnya merupakan representasi dari realitas sosial masyarakatnya. Media mampu menjadi cermin bagi kondisi umum masyarakatnya saat ini. Bahwa media berperan menjadi sosok baru yang berperan sebagai guru yang dapat menjawab semua pertanyaan. Lebih-lebih kehadiran media sosial yang kini telah menjadi barang biasa di tengah-tengah masyarakat dan dapat dikonsumsi oleh semua kalangan usia, peran-peran guru pun mulai tergeser oleh pesan-pesan yang ditampilkannya.<sup>7</sup>

Berbicara tentang komunikasi dan media yang sangat erat kaitannya dengan aktivitas dakwah kekinian. Aktivitas dakwah banyak ditemukan dalam lingkungan pesantren dengan pendidikan keagamaan dan kajian-kajian kitab serta penerapan ibadah amaliyah dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari ibadah yang sifatnya wajib dan sunnah baik yang dilaksanakan sendiri maupun berjama'ah.

Selain itu, Pesantren merupakan salah satu lembaga dakwah keagamaan dan lembaga pendidikan yang mempunyai kekhasan tersendiri dan berbeda dengan lembaga pendidikan lainnya. Pendidikan di pesantren meliputi pendidikan Islam, dakwah, pengembangan kemasyarakatan, dan pendidikan lainnya yang sejenis. Para peserta didik pada pesantren disebut "santri" yang umumnya menetap di pesantren, yang kemudian disebut dengan istilah "pondok". Dari sinilah timbul istilah "Pondok Pesantren".<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Asep Saeful Muhtadi, Agama Media dan Komodifikasi, Rajawali Pers (Depok:2020), 14

<sup>8</sup> Dikutip dari : [etheses.uin-malang.ac.id/2125/5/07410022\\_Bab\\_1.pdf](https://etheses.uin-malang.ac.id/2125/5/07410022_Bab_1.pdf)

**Gambar 1.1**

(Sumber : Kemenag dalam Data Indonesia.id)

Kementerian Agama (Kemenag) mencatat, jumlah pesantren di Indonesia sebanyak 26.975 unit hingga April 2022. Seluruh pesantren itu mendidik sebanyak 2,65 juta santri. Menurut provinsinya, jumlah pesantren paling banyak di Jawa Barat, yakni 8.343 unit. Posisi kedua ditempati Banten dengan 4.579 pesantren. Kemudian, terdapat 4.452 pesantren di Jawa Timur. Jawa Tengah dan Aceh masing-masing memiliki pesantren sebanyak 3.787 unit dan 1.177 unit. Sebanyak 684 pesantren berada di Nusa Tenggara Barat. Kemudian, pesantren yang berada di Lampung dan Yogyakarta berturut-turut sebanyak 677 unit dan 319 unit. Sementara, Maluku menjadi provinsi dengan jumlah pesantren paling sedikit, yakni 16 unit. Di atasnya ada Papua Barat yang hanya memiliki 18 pesantren.

Dari sekian banyak Pondok Pesantren yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, jumlah pondok pesantren paling banyak tersebar di wilayah Jawa Barat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan terhadap salah satu pondok pesantren yang terletak di Daerah Bandung – Jawa Barat. Namun Pondok Pesantren yang akan menjadi tempat bagi peneliti, termasuk salah satu pondok pesantren yang kecil, sehingga membutuhkan kiat-kiat khusus dalam tahap perkembangannya.

Pesantren dikatakan sebagai lembaga dakwah karena pesantren merupakan pusat pengembangan ilmu keagamaan. Lembaga Pendidikan keislaman dengan proses pendidikan selama 24 jam. Dimana para santrinya dengan ikhlas menyerahkan hidupnya demi menuntut ilmu agama. Para kyai dengan segala pengetahuan ilmu agama yang berperan sebagai teladan untuk para santrinya, hidup bersama mereka dan mendidik mereka dengan bantuan tenaga pengajar yang lain.

Pesantren, jika disandingkan dengan lembaga pendidikan yang pernah muncul di Indonesia, merupakan sistem pendidikan tertua saat ini dan dianggap sebagai produk budaya Indonesia yang *indigenous*.<sup>9</sup> Bahkan Lembaga Pendidikan berbasis pesantren, sudah mulai memasuki daerah-daerah terpencil dan mudah dijangkau oleh penduduk setempat. Lembaga Pendidikan berbasis pesantren banyak mendapat respon positif dari masyarakat.

Dunia pesantren memang merupakan dunia yang khas, karena kekhasannya tersebut juga diakui oleh para peneliti maupun akademisi

---

<sup>9</sup> Mastuki HS, dkk, *Manajemen Pondok Pesantren*, Diva Pustaka (Jakarta:2005), 1

dipandang sebagai subkultur. Ia memiliki struktur sosial dan budaya sendiri yang tidak bisa dipandang sama dengan budaya sosial pada umumnya. Penekanan pada ajaran Islam lebih diutamakan di pesantren daripada ilmu umum lainnya.

Karena pendidikan pesantren yang berkembang sampai saat ini, dengan berbagai macam modelnya senantiasa selaras dengan jiwa, semangat, dan kepribadian bangsa Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Maka dari itu, sudah sewajarnya apabila perkembangan dan pengembangan Pendidikan pesantren akan memperkuat karakter sosial sistem Pendidikan nasional yang turut membantu melahirkan sumberdaya manusia Indonesia yang memiliki kehandalan penguasaan pengetahuan dan kecakapan teknologi yang senantiasa dijiwai nilai-nilai luhur keagamaan. Pada akhirnya, sumber daya manusia yang dilahirkan dari Pendidikan pesantren ini secara ideal dan praktis dapat berperan dalam setiap proses perubahan sosial menuju terwujudnya tatanan kehidupan masyarakat bangsa yang paripurna.<sup>10</sup>

Pesantren adalah “Bapak” dari pendidikan Islam di Indonesia.<sup>11</sup> Dikatakan demikian karena pesantren memiliki sistem Pendidikan selama 24 jam. Dimana dalam waktu-waktu tersebut, diisi dengan kegiatan-kegiatan keislaman seperti sholat berjama’ah, sholat sunnah, puasa sunnah, belajar dan sebagainya. Pesantren adalah pusat pembelajaran keislaman yang dianggap jauh lebih baik.

---

<sup>10</sup> Ibid: h.9

<sup>11</sup> Ali Maulida, —Dinamika Dan Peran Pondok Pesantren Dalam Pendidikan Islam Sejak Era Kolonialisme Hingga Masa Kini,| Edukasi Islami Jurnal Pendidikan Islam Vol. 05 (Januari 20016): 1296

Berdasarkan latar belakang atas dasar Islam agar tercipta kader-kader ulama', adanya pondok pesantren juga merupakan salah satu strategi dakwah yang didirikan oleh Walisongo pada masanya. Sejarah berdirinya pondok pesantren mencatat bahwa pertama kali didirikan oleh Syekh Maulana Ibrahim di daerah Gresik. Akan tetapi dalam mengembangkan pesantren, Raden Rahmat lebih mampu mencetak tokoh-tokoh ulama' terkemuka.<sup>12</sup> Selain itu, berdirinya pondok pesantren juga didasarkan atas dorongan permintaan dan kebutuhan masyarakat sehingga terlihat jelas fungsi dan tujuan dari adanya pondok pesantren.<sup>13</sup>

Selain itu, pondok pesantren memiliki ciri khas nya tersendiri dalam bermedia, artinya dalam melakukan aktivitas melalui media. Kita banyak menyaksikan bagaimana perkembangan-perkembangan pondok pesantren di Indonesia melalui media. Bagaimana cara setiap pondok pesantren menampilkan kegiatan-kegiatan yang unik dan kemudian di *upload* dalam media. Sehingga apa yang dapat dilihat di media sangat indah dan menarik. Bahkan media dijadikan sebagai salah satu alat untuk melakukan promosi dalam meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat.

Secara empiris, media massa dan pesantren adalah dua agen perubahan yang tidak bisa dibantah lagi peran strategisnya di tengah-tengah masyarakat. Senyatanya, Media pesantren dan media mampu melahirkan corak perubahan melalui gayanya tersendiri. Untuk itu, seharusnya dan semestinya, dua media

---

<sup>12</sup> Dewi Evi Anita, —Walisongo: Mengislamkan Tanah Jawa (Suatu Kajian Pustaka),| Wahana Akademika Vol.1, no. 2 (October 2014): 261

<sup>13</sup> Toni, —Pesantren Sebagai Potensi Pengembangan Dakwah Islam.

perubahan ini saling menguatkan, bukan mengesankan “berjalan sendiri-sendiri” sesuai seleranya.

Pondok Pesantren Tahfizh Griya Qur'an terletak di Desa Cibodas Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. Pondok pesantren tersebut tergolong baru didirikan namun banyak santri yang berasal dari daerah luar Kabupaten Bandung Barat. Hal ini tidak akan serta merta terjadi begitu saja tanpa memanfaatkan adanya media komunikasi saat ini. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk menjadikan Pondok Pesantren Tahfizh Griya Qur'an Bandung sebagai objek penelitian.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan pemaparan diatas, perlu kiranya untuk memberikan fokus penelitian yang dirumuskan ke dalam bentuk-bentuk pertanyaan agar memudahkan operasionalisasi dalam proses penelitian. Adapun yang menjadi fokus dalam penelitian adalah:

1. Bagaimana fungsi media sosial dalam membangun identitas Pondok Pesantren Tahfizh Griya Qur'an Bandung sebagai lembaga pendidikan?
2. Bagaimana fungsi media sosial dalam membangun identitas Pondok Pesantren Tahfizh Griya Qur'an Bandung sebagai lembaga dakwah?
3. Bagaimana fungsi media sosial dalam membangun identitas Pondok Pesantren Tahfizh Griya Qur'an Bandung sebagai lembaga sosial?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sebuah penelitian pasti memiliki tujuan yang harus dicapai, karena salah satu barometer keberhasilan sebuah penelitian jika tujuan telah tercapai. Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini, sesuai dengan latar belakang dan fokus penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti, penulis ingin menjelaskan dan mendeskripsikan tentang :

1. Untuk dapat mengetahui dan mendeskripsikan fungsi media sosial dalam membangun identitas Pondok Pesantren Tahfizh Griya Qur'an Bandung sebagai lembaga pendidikan.
2. Untuk dapat mengetahui dan mendeskripsikan fungsi media sosial dalam membangun identitas Pondok Pesantren Tahfizh Griya Qur'an Bandung sebagai lembaga dakwah.
3. Untuk dapat mengetahui dan mendeskripsikan fungsi media sosial dalam membangun identitas Pondok Pesantren Tahfizh Griya Qur'an Bandung sebagai lembaga sosial .

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1 Kegunaan Teoretis**

Kegunaan teoretis dalam penelitian ini sangatlah beragam, hasil penelitian diharapkan mampu untuk menambah pengetahuan dalam bidang ilmu dakwah dan komunikasi penyiaran Islam terkait analisis tentang fungsi media sosial dalam membangun identitas Pondok Pesantren. Selain itu juga menambah pengetahuan serta

mengimplementasikan dalam praktik sosial mengenai fungsi media sosial dalam membangun identitas pondok pesantren sebagai Lembaga Pendidikan sekaligus pesantren sebagai lembaga dakwah. Serta sebagai sumbangan sebuah karya tulis ilmiah bagi khazanah intelektual khususnya dalam meningkatkan spiritualitas ilmu keagamaan.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai salah satu ide pemikiran untuk penulis agar terus berkarya dan membuat karya yang mampu memberi makna tersirat dan memiliki nilai moral, spiritualitas, religiusitas yang tinggi untuk pembacanya. Agar menjadi acuan untuk mengimbangi perkembangan zaman yang sudah semakin instan dan mudah oleh perkembangan dunia digital. Diharapkan juga agar penelitian ini menjadi sumbangsih pemikiran bagi peneliti lainnya atau akademisi.

### **1.5 Landasan Pemikiran**

#### **1.5.1 Landasan Konseptual**

Kerangka pikir penelitian adalah sebuah model konseptual terkait bagaimana teori-teori yang digunakan didalam penelitian ini berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai fokus penelitian. penelitian tersebut sangat erat kaitannya dengan fungsi media dalam membangun identitas pesantren sebagai lembaga

dakwah dan lembaga pendidikan. Sebuah penelitian dikatakan baik apabila bertumpu pada paradigma pemikiran, yang mana paradigma dapat dipahami sebagai pola berpikir atau cara pandang mengenai keseluruhan proses, format, dan hasil penelitian. Pada titik tertentu, paradigma dapat dimaknai sebagai sebuah teori atau alat untuk melakukan pendekatan terhadap masalah penelitian.

Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk dapat mengungkapkan bagaimana fungsi media dalam membangun identitas pondok pesantren, maka penelitian ini berangkat dari sebuah paradigma pemikiran yang berlandaskan pada paradigma konstruktivisme. Sebuah paradigma yang melihat suatu kebenaran realitas sosial tidaklah mutlak, melainkan hasil konstruksi yang dilakukan oleh individu dan memiliki implikasi dari konstruksi tersebut terhadap kehidupan sosial mereka. Oleh karenanya, paradigma konstruktivisme merupakan cara pandang untuk dapat memahami kompleksitas dunia nyata.

Dalam penelitian ini, paradigma konstruktivisme dapat digunakan untuk membaca realitas media sebagai media dakwah, pesantren sebagai lembaga dakwah, posisi pondok pesantren di dalam media, serta fungsi media dalam membangun identitas pondok pesantren. Adapun yang menjadi titik fokus dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui identitas pesantren berdasarkan tiga hal, yaitu : Pendidikan, dakwah dan sosial. Berdasarkan pemaknaan diatas, maka dapat diindikasikan bahwasanya paradigma konstruktivisme

menjelaskan dua hal: *Pertama*, bahwa setiap manusia menciptakan pengetahuannya sendiri-sendiri agar mereka dapat bertahan hidup di dunia sosial. *Kedua*, pengetahuan yang didapatkannya tersebut ternyata bukan hasil dari kreatifitasnya seorang diri, melainkan sebuah hasil dari interaksi sosialnya dengan orang lain, yakni kehidupan kultural dan kelompok yang mempengaruhi seseorang tersebut dalam bertindak dan berperilaku (Littlejohn, 2014:25).

Pondok pesantren dalam menjalankan visi dan misinya dibantu oleh para pimpinan pesantren dan orang-orang yang berperan dalam pengembangan pondok pesantren tersebut. Tentu hal itu tidak dapat berlangsung secara klasik, pondok pesantren kini terkenal dan mudah dijangkau oleh masyarakat dengan adanya media komunikasi yang digunakan. Saat ini, media komunikasi khususnya media online dapat membantu dalam menginformasikan tentang keberadaan sebuah pondok pesantren agar dapat dijangkau oleh dunia. Para santri dapat menciptakan pengetahuan yang mereka miliki untuk dapat bertahan hidup di pesantren, dimana pesantren memiliki kondisi yang berbeda dari lingkungan mereka sebelumnya, budaya dan adat yang berbeda. Interaksi sosial yang terjadi di dalam pesantren antar santri, santri dengan guru dan kyai, maupun para guru dengan kyai, memiliki pola interaksi yang berbeda namun harus tercipta dengan baik. Tidak cukup dengan interaksi didalam pesantren saja, karena pola interaksi juga akan terjadi dengan wali santri dan masyarakat. Bentuk interaksi sosial yang

dilakukan pesantren terhadap masyarakat dapat terjadi melalui media sebagai bentuk usaha dalam pengembangan pondok pesantren. Media memiliki peranan yang sangat penting untuk menjalin interaksi dengan masyarakat luas.

Pada posisi inilah, penulis memandang bahwa pondok pesantren sebagai Lembaga dakwah memerlukan fungsi media dakwah dalam pengembangan pondok pesantren, salah satunya dengan membangun identitas pondok pesantren sehingga, dikenal oleh masyarakat luas.

Kata “media” dalam ilmu komunikasi diterjemahkan dari istilah Latin “medium” yang berarti “tengah” atau “perantara” (Branston, 2003: 9). Media modern seringkali dipandang sebagai perantara antara satu “dunia” dan audiens. Tetapi bagi Branston, media tidak dapat diasumsikan secara seperti itu, sebagai saluran komunikasi sederhana, hanya sebagai “jendela-jendela atas dunia”. Ini mungkin satu pendapat yang lebih maju yang menilai media komunikasi tidak hanya apa yang tampak, bisa diindera sebagaimana media massa seperti TV, radio, surat kabar, dan majalah, tetapi juga hal-hal yang tersembunyi dari sesuatu pesan yang ditampilkan oleh media.<sup>14</sup>

Adapun media yang menjadi subjek penelitian merupakan media online dimana media tersebut lebih mudah dalam penggunaannya. Media online lebih banyak diminati masyarakat saat ini, karena lebih memudahkan mereka untuk mengakses atau

---

<sup>14</sup> Dikutip dari jurnal milik repository.iainpalopo.ac.id

mendapatkan informasi terkini. Media online dapat dijangkau oleh seluruh belahan dunia, namun ada daerah-daerah tertentu yang terkendala dalam penggunaannya karena jaringan internet yang sangat minim bahkan tidak terjangkau.

Marshal McLuhan mungkin yang paling terkenal dalam menarik perhatian kita pada pentingnya media sebagai media. McLuhan, seorang tokoh terkemuka dalam penelitian budaya populer pada tahun 1960-an, menarik perhatiannya karena gaya penulisannya yang tidak biasa dan gagasannya yang mengejutkan dan menggugah pemikiran. Walaupun rincian teori McLuhan seringkali ditolak dalam teori media yang umum, tesisnya telah menerima penerimaan secara luas: media, terpisah dari apapun yang disampaikan oleh media, pengaruh individu atau masyarakat umum.

Tesis McLuhan menerangkan bahwa manusia beradaptasi terhadap lingkungan melalui keseimbangan atau rasio pemahaman tertentu, dan media utama dari masa tersebut menghadirkan rasio pemahaman tertentu yang dapat mempengaruhi persepsi. McLuhan memandang bahwa setiap media merupakan sebuah perpanjangan pikiran manusia.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Stephen W. Littlejohn & Karen A. Foss, *Teori Komunikasi, Selemba Humanika* (Jakarta:2011), 411

### 1.5.2 Landasan Teoritis

Selain bekal landasan pemikiran dengan menggunakan paradigma konstruktivisme, penulis juga mengandalkan teori konstruktif yang memiliki turunan teori fenomenologi, hermeneutika dan interaksionisme simbolik. Sebab penulis perlu menyoroti setiap tindakan, perilaku, dan simbol-simbol komunikasi yang diperankan di dalam pondok pesantren melalui media yang digunakan. Selain itu, penulis juga membutuhkan ketajaman analisis melalui fungsi media dalam membangun identitas pondok pesantren sebagai upaya dalam melakukan pendekatan penelitian dan tentu saja juga untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.

Meskipun penulis menyadari betul bahwa dalam penelitian kualitatif tentu saja tidak bertolak belakang dengan teori. Teori dapat digunakan oleh penulis sebagai metode membaca, memahami, menjelaskan, dan memetakan suatu fenomena melalui kerangka kerja konseptual yang lebih utuh. Dengan kata lain, sebuah teori dalam penelitian kualitatif dapat dijadikan sebagai pedoman rujukan dalam membangun asumsi-asumsi penelitian dalam memetakan objek penelitian berdasarkan pada pendekatan teori yang digunakan oleh penulis.

Teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori identitas milik Manuel Castells (1997). Menurut Castells, terjadi pergeseran makna atas identitas dalam membagi pemahaman atau tipe

identitas, terutama dalam dunia maya. Castells membagi identitas ke dalam tiga bentuk identitas yaitu, *legitimizing identity*, *resistance identity*, dan *project identity*.

Dunia maya membangun sistem bagaimana masyarakat interaksi dan bagaimana melaluinya manusia membangun identitas mereka. Dalam pemikirannya, Castells menawarkan pemikiran mengenai tiga bentuk identitas sebagai berikut:

1. *Legitimizing Identity*

Identitas ini diperkenalkan oleh sebuah institusi yang paling dominan dalam masyarakat. Identitas terbentuk yang merupakan ciri utama etika sebuah institusi yang dominan berupa pikiran yang dirasionalisasikan dalam bentuk dominasi.

2. *Resistance Identity*

Tipe identitas ini dipegang oleh aktor-aktor dimana dalam posisinya diperoleh akibat perlawanan terhadap logika berpikir kaum dominan atau bisa diartikan sebagaimana proses bertahannya identitas sebagai bentuk perlawanan atau dalam hal ini dihasilkan oleh mereka yang sedang dalam posisi atau keadaan yang lemah karena stigma dari pihak yang mendominasi, dan biasanya digunakan lebih mengarah kepada kegunaan politik identitas. Kemudian dari identitas tersebut nantinya akan berpengaruh pada pembentukan suatu komunitas sehingga melalui perlawanan secara

kolektif terhadap tekanan yang ada Komunitas tersebut dapat merupakan dasar dari munculnya suatu jaringan yang kuat dan solid.

### 3. *Project Identity*

Project identity diperoleh akibat konstruksi identitas yang terjadi ketika aktor-aktor sosial melalui basis budaya apapun membentuk identitas baru yang mendefinisi posisi mereka dalam masyarakat, melalui cara mereka, mencoba mencari transformasi semua struktur yang dimiliki. Ketika aktor membangun identitas dan mentransformasi struktur sosial, identitas dalam hal ini juga terkait dengan posisi kelompok sosial, khususnya organisasi.

Dalam proses perjalanannya, mungkin juga penulis bisa menambahkan teori lain yang dirasa cocok digunakan dan dapat membantu menjawab pertanyaan penelitian. Hal tersebut bukan tidak mungkin sama sekali, mengingat cara kerja penelitian kualitatif memang suatu tradisi penelitian yang bersumber pada etika naturalistic. Sebab seyogyanya, perkembangan keilmuan tidak harus selalu bertumpu pada alur yang telah disepakati oleh para ilmuwan dalam koridor normal *sciences*.

Berdasarkan teori Identitas milik Manuel Castells, dijelaskan ada tiga hal pokok yang dapat membantu menganalisis maupun mendeskripsikan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan pada fokus penelitian. *Legitimizing Identity* melihat bagaimana bentuk penerimaan dan pengakuan masyarakat terhadap pondok pesantren Tahfizh Griya Qur'an

Bandung dalam membangun identitas pendidikan, dakwah dan sosial. *Resistance Identity* akan menganalisis bagaimana pondok pesantren Tahfizh Griya Qur'an Bandung mempertahankan identitasnya terutama dalam posisi dan keadaan yang lemah karena hal tertentu. *Project Identity* akan menganalisis bagaimana pondok pesantren Tahfizh Griya Qur'an Bandung membentuk identitas baru berdasarkan apa yang berkembang di masyarakat baik secara langsung ataupun melalui media yang digunakan.

