

**STRATEGI ASOSIASI MEDIA PONDOK JAWA TIMUR DALAM KONTEN
DAKWAH DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE**

PENELITIAN TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir Program

Magister Komunikasi Penyiaran Islam



Oleh :

TEGUH WIYONO

(F02719248)

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL**

SURABAYA

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Teguh Wiyono

Nim : F02719248

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam Pascasarjana UINSA Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Tanggalnya 26 Januari 2022

Yang menyatakan



Teguh Wiyono

Nim. F02719248

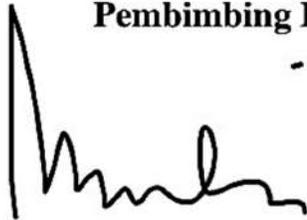
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis Teguh Wiyono dengan judul
Dakwah Assosiasi Media Pondok Jawa Timur Di Media Sosial
ini telah diperiksa dan disetujui untuk di ujikan.

Pada Tanggal, Januari 2022

Oleh :

Pembimbing I



Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag.
NIP. 196912041997032007

Pembimbing II



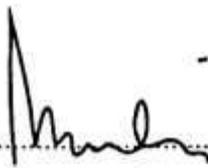
Dr. Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si.
NIP. 197312171998032002

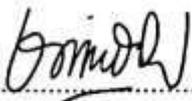
PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tesis Teguh Woyono Berjudul

“Strategi Asosiasi Media Pondok Jawa Timur Dalam Konten Dakwah Di Media Sosial Youtube” ini
telah diuji pada tanggal 02 Februari 2022.

Tim Penguji :

1... Penguji I (Ketua) : Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag : 

2... Penguji II (Sekrt) : Dr. Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si : 

3... Penguji III : Prof. Dr. H. Moh. Ali Aziz, M.Ag : 

4... Penguji IV : Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag., M.Fil.I. : 

Surabaya, 09 Februari 2022

Direktur,




Prof. Dr. H. Aswadi, M. Ag
NIP. 196004121994031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Teguh Wiyono.....
NIM : F02719248.....
Fakultas/Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam.....
E-mail address : Cjdw.Teguh@Gmail.com.....

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Strategi Asosiasi Media Pondok Jawa Timur Dalam Konten Dakwah Di Media Sosial Youtube.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis

()
Teguh Wiyono

ABSTRAK

Wiyono, Teguh. 2022. Dakwah Assosiasi Media Pondok Jawa Timur Di Media Sosial. Tesis Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Dakwah di Media Sosial, Dakwah Pesantren, Kemajuan Teknologi.

Perkembangan teknologi dan informasi di era industri 4.0 membawa banyak perubahan dalam masyarakat mulai dari gaya hidup, budaya, makanan, cara berpakaian, komunikasi. Hal ini mengakibatkan dakwah di pondok pesantren menjadi tertinggal dan keefektifannya berkurang. Akan tetapi tidak terkecuali dengan dakwah yang dijalankan oleh media pondok jawa timur di media sosial. Media pondok jawa timur merupakan sebuah asosiasi perkumpulan media dari pondok-pondok se jawa timur. Kini media pondok jatim berusaha dan mengembangkan dakwah pesantren ke media sosial terutama dalam media sosial youtube.

Penelitian ini mengkaji strategi dakwah media pondok jawa timur di media sosial youtube dan apa hambatan dan tantangan dakwah media pondok jatim dalam proses dakwah di media sosial youtube. Metode dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data menggunakan Observasi, wawancara mendalam serta dokumentasi. Kemudian penelitian ini di analisis menggunakan teori determinisme teknologi dari McLuhan, dan teori divusi inovasi dari Everett M Rogers, Konsep Strategi Dakwah Prof. Ali Aziz dan Strategi dakwah Al Bayanuni.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam perkembangan teknologi dan informasi di era industri 4.0 ini membawa perkembangan dakwah. Sebagaimana yang dilakukan oleh media pondok jatim yang melakukan dakwah dengan menggunakan strategi yang inovatif. Dalam penelitian ini di temukan bahwasanya konten dakwah di media sosial youtube media pondok jatim ada dua yang pertama konten fil pendek dakwah menggunakan konten film pendek ini jika di konfirmasi dengan strategi dakwah masuk pada Strategi Tilawah yang di tawarkan Prof Ali Aziz sedangkan jika di konfirmasi dengan strategi dakwah Al Bayanuni termasuk dalam strategi Indrawi. Kemudian untuk konten yang kedua adalah Live Streaming Pengajian Kitab Kuning. Konten ini di konfirmasi dengan konsep strategi dakwah Prof Ali Aziz sesuai dengan Strategi Ta'lim, kemudian jika di onfirmasi dengan konsep Al Bayanuni sesuai dengan Strategi Rasional. Kemudian hasil ini sesuai dengan focus penelitian tentang hambatan dan tantangan. hambatan dalam dakwah yang di lakukan oleh Media Pondok Jawa Timur yaitu. 1. Sumber Daya Manusia (SDM) Kurang Memadai 2. Peralatan Media Kurang Memadai 3. Kantor (sekretariat) 4. Jarak Pondok Pesantren. kemudian tantangannya adalah 1. Persaingan Konten Di Media Sosial 2. Perubahan Sikap Dan Karakter Khalayak. Ini adalah bentuk tantangan dan hambatan yang di temui dalam penelitian ini dalam dakwah Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube.

ABSTRACT

Wiyono, Teguh. 2021. Da'wah of the East Java Pondok Media Association on Social Media. Thesis of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Postgraduate Program at the State Islamic University of Sunan Ampel Surabaya.

Keywords: Da'wah on Social Media, Islamic Boarding School Da'wah , Technological Advancement.

The development of technology and information in the industrial era 4.0 brought many changes in society ranging from lifestyle, culture, food, how to dress, communication. This resulted in da'wah in Islamic boarding schools being left behind and reduced effectiveness . However, the da'wah carried out by the Pondok Timur media in social media is no exception . Media Pondok Timur Java is an association of media associations from various Islamic boarding schools east java . Now the media of Pondok Jatim is trying and developing Islamic boarding school da'wah to social media, especially in YouTube social media .

This study examines the da'wah strategy of the Pondok Jawa Timur media on YouTube social media and what are the obstacles and challenges of Da'wah from the Pondok Jatim media in the da'wah process on YouTube social media . The method in this study uses descriptive qualitative research with a qualitative approach. Data collection uses observation, in-depth interviews and documentation. Then this research was analyzed using the technological determinism theory from McLuhan , and the innovation diffusion theory from Everett M Rogers , the Concept of Da'wah Strategy by Prof. Ali Aziz and Al Bayanuni 's Da'wah Strategy .

The results of this study indicate that the development of technology and information in the industrial era 4.0 has brought the development of da'wah. As is the case with the Pondok Jatim media , which carry out da'wah by using innovative strategies . In this study, it was found that da'wah content on social media youtube , Pondok Jatim media, there are two, first, short film content of da'wah using this short film content if confirmed with the da'wah strategy, enters the recitation strategy offered by Prof. Ali Aziz while if it is confirmed with the strategy Al Bayanuni 's da'wah is included in the Indrawi strategy . Then for the second content, the Yellow Book Study Live Streaming . This content is confirmed with the concept of Prof Ali Aziz's da'wah strategy according to the Ta'lim Strategy , then if it is confirmed with the Al Bayanuni concept according to the Rational Strategy. Then these results are in accordance with the focus of research on barriers and challenges. obstacles in da'wah carried out by Media Pondok East Java, namely. 1. Insufficient Human Resources (HR) 2. Insufficient Media Equipment 3. Office (secretariat) 4. Distance to Islamic Boarding School. then the challenges are 1. Content Competition on Social Media 2. Changes in Audience Attitudes and Characters. This is a form of challenges and obstacles encountered in this research in the propaganda of Media Pondok East Java on Youtube social media.

نبذة مختصرة

ويونو ، تيجوه. 2022. دعوة جمعية جاوة الشرقية بوندوك لوسائل الإعلام الاجتماعية. أطروحة برنامج دراسة الاتصال والبت الإسلامي ، برنامج الدراسات العليا في جامعة الدولة الإسلامية في سنان أميل سورابايا الكلمات المفتاحية: الدعوة على مواقع التواصل الاجتماعي ، المدرسة الداخلية الإسلامية ، الدعوة ، التقدم التكنولوجي

أحدث تطور التكنولوجيا والمعلومات في العصر الصناعي 4.0 العديد من التغييرات في المجتمع بدءًا من نمط الحياة والثقافة والغذاء وكيفية ارتداء الملابس والتواصل. وقد أدى ذلك إلى تخلف الدعوة في المدارس الداخلية الإسلامية عن الركب وتقليل فعاليتها . ومع ذلك ، فإن الدعوة التي نفذتها وسائل الإعلام الاجتماعية بوندوك تيمور ليست استثناء . هو اتحاد لجمعيات وسائل الإعلام من مختلف المدارس الداخلية الإسلامية جاوة الشرقية . تحاول الآن وسائل الإعلام في تطوير دعوة المدارس الداخلية الإسلامية إلى وسائل التواصل الاجتماعي ، وخاصة في وسائل التواصل الاجتماعي على .

تبحث هذه الدراسة في استراتيجية الدعوة لوسائل الإعلام على وسائل التواصل الاجتماعي على وما هي العقبات والتحديات التي تواجه الدعوة من وسائل الإعلام في عملية الدعوة على وسائل التواصل الاجتماعي على تستخدم المنهجية في هذه الدراسة البحث النوعي الوصفي بمنهج نوعي. يستخدم جمع البيانات المراقبة والمقابلات ، المتعمقة والتوثيق. ثم تم تحليل هذا البحث باستخدام نظرية الحتمية التكنولوجية من ، ونظرية انتشار الابتكار من مفهوم استراتيجية الدعوة من قبل البروفيسور د. استراتيجية علي عزيز والبيانوني للدعوة .

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن تطور التكنولوجيا والمعلومات في العصر الصناعي 4.0 أدى إلى تطور الدعوة. كما هو الحال مع وسائل الإعلام بوندوك جاتيم ، التي تقوم بالدعوة باستخدام استراتيجيات مبتكرة . في هذه الدراسة ، تبين أن محتوى الدعوة على مواقع التواصل الاجتماعي ، هناك نوعان من محتوى الفيلم القصير للدعوة باستخدام محتوى الفيلم القصير هذا إذا تم تأكيده باستخدام استراتيجية الدعوة ، يدخل في إستراتيجية التلاوة التي قدمها البروفيسور علي عزيز بينما إذا تم تأكيدها مع إستراتيجية دعوة البيانوني يتم تضمينها في إستراتيجية . ثم بالنسبة للمحتوى الثاني ، البث المباشر لدراسة الكتاب الأصفر . ويتأكد هذا المحتوى بمفهوم إستراتيجية الأستاذ علي عزيز للدعوة وفق إستراتيجية التعليم ، ثم إذا تأكد بمفهوم البيانوني وفق الإستراتيجية العقلانية. ثم تأتي هذه النتائج وفقًا لتركيز البحث على العوائق والتحديات. عقبات الدعوة التي نفذتها ميديا بوندوك جاوة الشرقية وهي. 1. الموارد البشرية غير الكافية 2. المعدات الإعلامية غير الكافية 3. المكتب (السكرتارية) 4. المسافة إلى المدرسة الداخلية الإسلامية. ثم التحديات هي 1. مسابقة المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي 2. التغييرات في مواقف الجمهور والشخصيات. هذا شكل من أشكال التحديات والعقبات التي تمت مواجهتها في هذا البحث في دعاية على وسائل التواصل الاجتماعي على

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Penulisan Tesis ini selesai tentu tidak lepas dari bantuan berbagai pihak hingga akhirnya penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Masdar Hilmy, S.Ag., MA, Ph.D. Selaku Rektor UIN Sunan Ampel Surabaya;
2. Bapak Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag. Selaku Direktur Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya;
3. Bapak Dr. Agoes Moh.Moefad, SH.,M.Si dan Ibu Dr.Hj. Lilik Hamidah, S.Ag.,M.Si. Selaku Kaprodi dan Sekprodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya;
4. Ibu Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag. dan Ibu Dr. Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si. Selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan motivasi serta meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan Tesis ini;
5. Bapak/Ibu dosen Pascasarjana Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan wawasan sebagai bahan dasar pemikiran penulis;
6. Ayah dan Ibu terkasih. Ayah Sardi dan Ibu Tumiyem yang selalu melimpahkan ridho dan kasih sayangnya hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tesis dan dapat menyelesaikan studi magister ini;
7. Kakak terbaikku. Sulis Setiawati yang selalu mensupport baik spiritual ataupun material;

8. Sahabat terbaikku Zidni Ilman Nafi'a dan Lukman Al Farisi beserta teman-teman seperjuangan di JEJAK DIGITAL 907-807 yang turut mensupport penulis secara moril dan materil serta membantu kelancaran dalam proses penelitian penulis;
9. Serta teman-teman di prodi KPI Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya Semoga segala bentuk bantuan, baik secara spiritual, motivasi dan pengarahan serta materil yang diberikan kepada penulis dapat menjadi amal ibadah dimata Allah SWT serta mendapatkan ridho dan berkah dariNya. Harapan yang dalam dari penulis semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan sumbangsih pemikiran dan keilmuan untuk kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan.

Selain itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa tulisan ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharap dan menerima kritik dan saran yang bersifat membangun untuk melengkapi kesempurnaan dalam tulisan ini. Akhir kata, penulis kembalikan kepada Allah SWT semoga selalu memberikan ridho dan perlindunganNya, Amiin.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A
Surabaya, 20 Januari 2022
Penulis,

Teguh Wiyono

PEDOMAN TRANSLITERASI

b = ب	z = ز	f = ف
t = ت	s = س	q = ق
th = ث	sh = ش	k = ك
j = ج	s = ص	l = ل
h = ح	d = ض	m = م
kh = خ	t = ط	n = ن
d = د	z = ظ	h = ه
dh = ذ	= ع	w = و
r = ر	gh = غ	y = ي

Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang (madd), maka caranya dengan menuliskan coretan horisontal (macron) diatas huruf seperti a>, i>, dan u> (ا , ي , و). Bunyi hidup dobel (diphthong) Arab di transliterasikan dengan menggabung dua huruf —ayl dan —awl , seperti layyinah, lawwa>mah. Kata yang berakhiran ta>’ marbu>t{ah dan berfungsi sebagai s{ifah (modifier) atau mud{a>f ilayh ditransliterasikan dengan —ahl sedangkan yang berfungsi sebagai mud{a>f ditransliterasikan dengan —atl.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
PERNYATAAN KEASLIAN.....	II
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	III
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	IV
MOTTO.....	V
ABSTRAK.....	VI
ABSTRACT.....	VII
ABSTRAK.....	VIII
KATA PENGANTAR.....	IX
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	XI
DAFTAR ISI.....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. IDENTIFIKASI DAN BATASAN MASALAH.....	3
C. FOCUS PENELITIAN.....	4
D. RUMUSAN MASALAH.....	4
E. TUJUAN PENELITIAN.....	5
F. MAKSUD DAN KEGUNAAN PENELITIAN.....	5
G. KERANGKA BERFIKIR.....	6
H. DEFINISI KONSEP.....	7
I. METODE PENELITIAN.....	9
J. SISTEMATIKA PENELITIAN.....	17
BAB II DAKWAH ASSOSIASI MEDIA PONDOK JAWA TIMUR DI MEDIA SOSIAL.....	19
A. KAJIAN TEORITIS.....	19
1. Konsep Dakwah dan Unsur – Unsurnya.....	19
2. Strategi Dakwah.....	23

3. Media Sosial Sebagai Media Dakwah	28
4. Youtube	35
5. Teori Detereminisme Teknologi.....	40
6. Teori Divusi Inovasi	42
B. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU	48
BAB III DAKWAH ASSOSIASI MEDIA PONDOK JAWA TIMUR DI MEDIA SOSIAL	60
A. PROFIL MEDIA PONDOK MEDIA PONDOK JAWA TIMUR.....	60
1. Sejarah Media Pondok Jawa Timur.....	60
2. Visi dan Misi Media Pondok Jawa Timur.....	61
3. Struktur Media Pondok Jawa Timur.....	61
4. Sistem dan Daftar Anggota Media Pondok Jawa Timur.....	62
5. logo Media Pondok Jawa Timur.....	70
B. PORFIL TOKOH DAN INFORMAN PENELITIAN	71
1. Profil Tokoh Media Pondok Jawa Timur	71
2. Profil – Profil Informan Penelitian.....	73
C. PENYAJIAN DATA PENELITIAN.....	76
1. Strategi Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di Media Sosial Youtube	78
2. Hambatan dan Tantangan Dalam Dakwah Asosisasi Media Pondok Jawa Timur di Media Sosial Youtube	90
BAB IV ANALISIS DATA PENELITIAN.....	98
A. DAKWAH ASOSIASI MEDIA PONDOK JAWA TIMUR DI MEDIA SOSIAL	98
1. Strategi Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di Media Sosial	98
2. Hambatan dan Tantangan Dalam Dakwah Asosisasi Media Pondok Jawa Timur di Media Sosial	102
B. KONFIRMASI TEMUAN DENGAN TEORI	105
BAB V PENUTUP.....	112
A. KESIMPULAN	112

B. REKOMENDASI.....	113
DAFTAR PUSTAKA	11

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 : Kerangka Pikir Penelitian	6
GAMBAR 3.1 : Logo Media Pondok Jawa Timur.....	70
GAMBAR 3.2 : Profil Youtube Asosiasi Media Pondok Jawa Timur.....	80
GAMBAR 3.3 : Konten film pendek Asosiasi Media Pondok Jawa Timur ..	82
GAMBAR 3.4 : Pamphlet Kelas Film Pendek Dari Asosiasi Media Pondok Jawa Timur	83
GAMBAR 3.5 : Pamphlet Festival Dari Asosiasi Media Pondok Jawa Timur.	85
GAMBAR 3.6 : Juara dan Nominasi Terbaik Dari Festival Film Pendek Asosiasi Media Pondok Jawa Timur.....	86
GAMBAR 3.7: Konten Live Streaming Pengajian Di Youtube Asosiasi Media Pondok Jawa Timur.....	87
GAMBAR 3.8 : Konten Live Streaming Pengajian Di Youtube Asosiasi Media Pondok Jawa Timur.....	89
GAMBAR 3.9 : Program Madrasah Media Asosiasi Media Pondok Jawa Timur.	92

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era industri 4.0 ini teknologi berkembang dengan pesat, teknologi memudahkan manusia dalam melakukan segala kegiatan. Salah satunya adalah perkembangan internet, Internet merupakan sarana paling lengkap dan juga efisien, semua bentuk informasi juga dapat di akses dengan mudah dan murah. Sehingga masyarakat bisa kapan saja dan dimana saja menerima dan menyebarkan informasi dengan cepat, inilah yang mengubah kehidupan masyarakat. Sangatlah berbeda dengan zaman sebelumnya yaitu di era agraris bagaimana informasi dan pengetahuan sulit di akses dan juga lebih terbatas hanya dengan mengandalkan peran dari ulama dan tokoh tokoh penting dalam mempengaruhi kehidupan masyarakat. Kini internet sudah masuk kesemua lini lapisan masyarakat sehingga kebiasaan dan kebudayaan semakin bergeser pula, mengikis kebudayaan lama dan pelan pelan membentuk kebudayaan baru sesuai dengan informasi dan pengetahuan yang di peroleh dari internet.

Pergeseran yang sangat luar biasa ini tidak bisa di kembalikan seperti zaman agraris, bahkan peran ulama dan pemerintah pun tidak bisa mengubah ini semua, pada kenyataannya pergeseran tidak bisa ditolak oleh siapapun karena pada hakikatnya manusia semua ingin maju dan berkembang, berevolusi menjadi lebih modern. Dan modernisasi adalah sebuah perjalanan waktu yang pasti akan di lalui manusia. Maka manusia hanya bisa mengikuti perubahan dan perkembangan ini. Maka pola pikir, sikap dan perilaku manusia harus mengikuti perubahan sesuai dengan kemajuan zaman.

Hal ini yang menyebabkan dakwah mulai melebarkan sayapnya berkembang mengikuti kemajuan internet, dakwah mulai berinovasi dakwah bukan hanya pada mimbar dan pada majelis majelis dakwah. Dakwah berinovasi dengan menggunakan

internet sebagai media dakwah, supaya bisa masuk ke semua lini lapisan masyarakat dengan cepat dan juga efisien. Dalam kondisi seperti ini, tantangan dan hambatan dalam dunia dakwah terus mengalami perubahan dan perkembangan. Terlebih dengan cepatnya informasi tersebar tanpa ada penyaring terlebih dahulu. Dalam era industri dan informasi ini karena mudahnya menyebarkan informasi maka yang menjadi penyaring adalah penerima pesan, ini adalah salah satu tantangan dan hambatan dalam berdakwah di sini konten dakwah harus bersaing dengan semua bentuk dan semua genre konten yang ada di internet, tidak ada kalsifikasi konten tersendiri dari internet yang mengklasifikasikan adalah pengguna internet itu sendiri. Apalagi dengan munculnya media baru yang menjadi pusat perhatian masyarakat pada saat ini, ini akan membuat kontestasi dalam pembuatan konten yang bisa menarik perhatian masyarakat, dan konten yang berhasil secara tidak langsung bisa mempengaruhi kebiasaan dan pola hidup masyarakat. Oleh karena itu para pendakwah harus memerankan strategi yang inovatif dalam melakukan berdakwah supaya bisa mengajak kepada hal hal yang baik menurut islam dan alhlusunnah waljamaah dengan damai tanpa kekerasan.

Peneliti tertarik dengan proses dakwah yang dilakukan oleh Asosiasi Media Pondok Jatim mereka menggunakan kemajuan Teknologi dan informasi dalam dakwahnya di media baru yaitu media sosial. Banyak sebab yang melatar belakangi penelitian ini salah satunya adalah cara mereka melakukan dakwah. Asosiasi media pondok jatim menggunakan kemajuan teknologi, mereka menggunakan media media sosial sebagai media dsism berdakwah yaitu menggunakan Youtube. Media pondok jatim ini berusaha mentransfer dunia pondok pesantren ke dalam media baru dalam bentuk vidio visual seperti film-film pendek kekinian dan menarik.

Asosiasi Media Pondok Jatim adalah perkumpulan pengurus pondok pesantren NU sejava timur di bidang media dan informasi. Asosiasi ini berdiri pada 27 Febuari

2020 asosiasi ini cukup muda karena baru genap satu Tahun. Namun gagasan yang di tawarkan oleh Asosiasi ini sangat menyegarkan dalam dunia dakwah. Asosiasi ini bergerak dalam dakwah di pondok pesantren di era industri 4.0 yaitu dengan mentransfer dunia dakwah pesantren yang sebatas dampar, ke jendela luas yang bernama media sosial dan meyajikan sebaik baiknya ruh pesantren dengan *rahmatan lil alamin* khas pesantren dan juga menjadi wadah komunikasi antar tim media di pesantren Nahdatul Ulama se-Jawa Timur. Dengan tujuan mempermudah masyarakat umum untuk mengenal kajian dakwah di pesantren khususnya pesantren berbasis Nahdatul Ulama di Jawa timur.

Pembahasan mengenai dakwah menggunakan media sosial dan perkembangannya masih sangat menarik untuk dibahas, karena pada era industri 4.0 kemajuan teknologi menghadirkan dunia baru yaitu yang biasa disebut dengan dunia maya atau dalam bahasa inggris disebut *cyberspace*. Dengan begitu masyarakat mudah mendapatkan informasi dan menyebarkan informasi dengan cepat. Kesempatan ini digunakan oleh Asosiasi media pondok jawa timur untuk tujuan menyebarkan kabaikan atau dakwah, yang menjadi menarik dalam pembahasan disini adalah bagaimana strategi asosiasi media pondok jawa timur dalam menyampaikan pesan baik kepada masyarakat di era industri 4.0 menggunakan kemajuan teknologi.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas Terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi, di antaranya : peran teknologi di era industri 4.0 menjadi salah satu media unggulan yang meranah ke semua lini salah satunya di lini dakwah. dakwah menjadi berkembang akibat peran teknologi yang semakin pesat. Asosiasi media pondok jawa timur mengembangkan dakwah model digital dengan strategi yang menarik supaya dapat menarik perhatian dari masyarakat khususnya di dunia maya, Asosiasi Media

Pondok Jawa Timur untuk saat ini memakai media sosial Youtube dalam penyebaran dakwahnya karena dengan menggunakan media sosial Youtube maka akan lebih mudah masuk ke semua kalangan baik dari kalangan bawah sampai dengan kalangan tingkat atas. Asosiasi ini membuat konten berdakwah dengan konsep menyampaikan pesan ajaran dari Dampar Pondok Pesantren ke media sosial. Dan juga mengembangkan dakwah pondok pesantren di era industri 4.0.

Sesuai dengan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut, jadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah;

1. Strategi yang digunakan oleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur dalam berdakwah di media sosial Youtube, yang akan dilihat konsep proses dakwah dan konsep strategi dakwah.
2. hambatan dan tantangan dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial youtube.

C. Focus Penelitian

Seiring dengan kemajuan teknologi juga semakin berkembang maka otomatis dakwah juga semakin berkembang maka dari itu Penelitian ini memfokuskan untuk menjelaskan secara mendalam mengenai bagaimana Strategi Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube. Dan menganalisa tentang hambatan dan tantangan dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang diajukan untuk diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube ?

2. Apa hambatan dan tantangan dalam proses dakwah asosiasi media pondok pesantren di Jawa Timur di media sosial Youtube ?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan dua hal pokok sebagai berikut :

1. Memahami dan menjelaskan Strategi Dakwah Assosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube
2. memahami dan menjelaskan Faktor hambatan dan tantangan dalam proses dakwah asosiasi media pondok pesantren di Jawa Timur di media sosial Youtube

F. Maksud dan Kegunaan Penelitian

Secara teoritis dan praktis, penelitian ini ingin mengkaji bagaimana Strategi Dakwah Assosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube, perkembangan teknologi sangat pesat yang di tandai dengan munculnya internet yang menjadi sarana dakwah digital masa kini.

a. Teoritis

Kajian secara Teoritis, Hasil temuan dari penelitian ini diharapkan menjadi pengembangan ilmu dan menjadi bacaan yang dapat mengisi kekosongan literatur, yang kemudian dapat memperkaya khazanah ilmiah dalam bidang dakwah di era industri 4.0. khususnya terkait strategi dakwah dan hambatan dan tantangan dakwah di media sosial.

b. Praktis

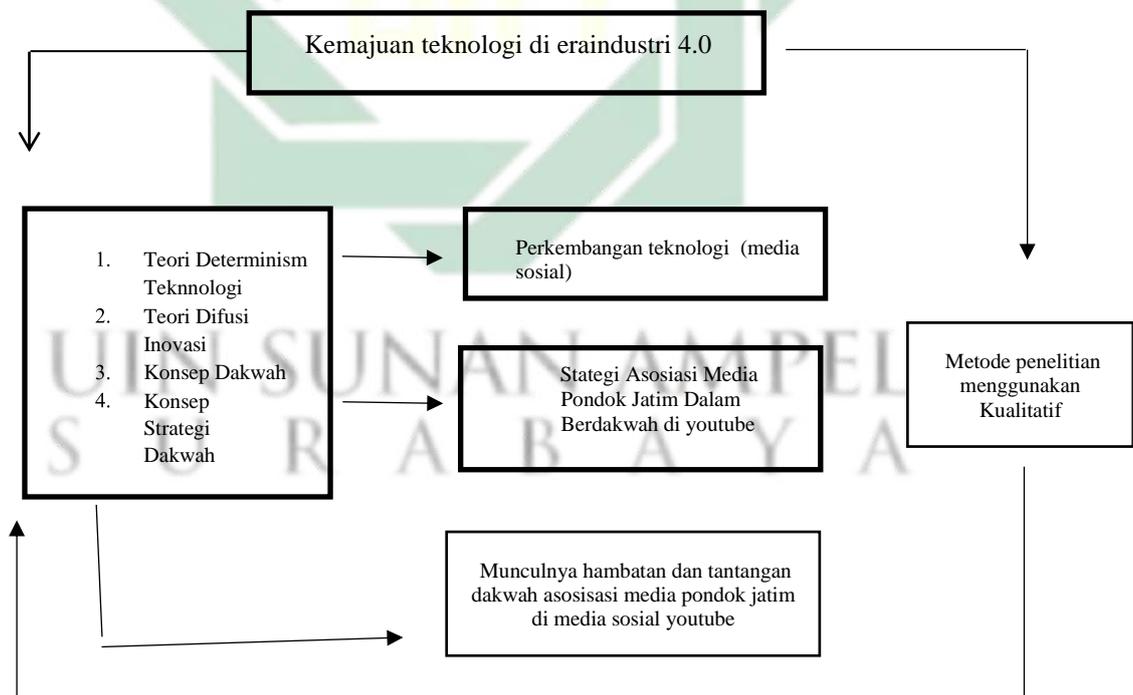
Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat terutama bagi para pengamat atau pakar dakwah dan komunikasi sebagai referensi ke ilmuan dalam mengembangkan dakwah di era industri 4.0 ini. Dan mewujudkan dakwah yang damai,

tentram saling toleransi khususnya menyampaikan ajaran islam di Indonesia

G. Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka berpikir dalam penelitian adalah sebuah konseptual tentang teori yang digunakan dalam penelitian kemudian di hubungkan dengan baerbagai faktor yang telah di identifikasi dalam fokus penelitian.

Penelitian ini berfokus pada strategi dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa timur di media sosial Youtube dan apa hambatan dan tantangan dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube. Kedua fokus penelitian tersebut sangat erat kaitannya dengan kamajuan teknologi di era industri 4.0. Dalam Penelitian ini menggunakan beberapa teori sebagai acuan analisis dalam penelitian yaitu teori determinisme teknologi, Konsep Dakwah, dan Konsep Strategi dakwah. sebagaimana tergambar dalam grafik berikut :



Gambar 1.1 : Kerangka Pikir Penelitian

Mengacu pada tema besar penelitian terkait dengan dakwah asosiasi media pondok jawa timur di media sosisal youtube. Maka pada pembahasan pertama

mengkaji tentang perkembangan teknologi yang membuat perubahan pola hidup manusia, dan juga membawa dakwah dalam perkembangan seperti saat ini. dengan ini maka dapat di analisa menggunakan teori Determinisme teknologi. Kemudian mengacu kepada fokus penelitian tentang strategi dakwah asosiasi media pondok jawa timur di media sosial dan peluang dan tantanganya, maka perlu teori Konsep Dakwah dan konsep strategi dakwah, sebagai pisau analisis fokus penelitian ini, teori ini akan mengupas tuntas tentang strategi yang di gunakan dan apa saja tantangan dan peluang dakwah di media sosial dalam perkembangan teknologi di era industri 4.0 ini.

H. Definisi Konsep

1. Dakwah Pondok Pesantren

Dakwah merupakan suatu kata yang di dalamnya mengandung penyampaian pesan dari individu kepada individu lain atau kepada masyarakat. Dengan tujuan pesan yang disampaikan dapat menarik mad'u dan dapat memberi pengaruh serta efek yang positif, menuju kehidupan yang sejahtera di dunia dan kebahagiaan di akhirat kelak.¹ Artinya, dakwah adalah mengajak, menyeru dan mendorong individu ataupun seluruh umat manusia kepada kebaikan sesuai dengan perintah Allah swt. untuk mencegah perbuatan keji dan mungkar agar tercapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

Sedangkan pondok pesantren menurut Dhofer menjelaskan bahwa pesantren berasal dari kata santri yang diawali dengan kata *pe* dan diakhiri dengan kata *an*, yang berarti tempat tinggal para santrinya. Namun, tidak menjadikan setiap lembaga pendidikan yang menyediakan tempat tinggal atau asrama bagi peserta didiknya dapat

¹ Arifuddin, Metode Dakwah dalam Masyarakat, (Makassar: Alauddin University Press, 2011).

di sebut sebagai pesantren. kemudian Abdullah juga berpendapat bahwasanya pesantren berasal dari kata *santra*, yaitu *San* yang berarti orang yang baik, kemudian *Tra* berarti suka menolong. Maka jika diartikan orang baik yang suka menolong.²

Dari pengertian diatas jika kita artikan secara keseluruhan dakwah pondok pesantren adalah sebuah kegiatan mengajak, menyeru, mendorong untuk berbuat kebaikan sesuai dengan ajaran Allah oleh seseorang yang orang yang baik yang tinggal di asrama pendidikan agama islam. Namun yang dimaksud dengan dakwah pesantren dalam penelitian ini adalah kegiatan dakwah yang di lakukan oleh media pondok jawa timur di media sosial yang mengangkat nilai – nilai ajaran islam yang ada dalam pondok pesantren ke media sosial dengan tujuan untuk mengembangkan dakwah dan pondok pesantren.

2. Asosiasi Media Pondok Jawa Timur

Asosiasi Media Pondok Jawa Timur adalah perkumpulan pengurus pondok pesantren NU sejawa timur di bidang media dan informasi. Asosiasi ini berdiri pada 27 Febuari 2020. Asosiasi ini sengat baru, karena baru berumur hampir 2 tahun. Namun gagasan yang di tawarkan oleh Asosiasi ini sangat menyegarkan dalam dunia dakwah. Asosiasi ini bergerak dalam dakwah di pondok pesantren di era industri 4.0 yaitu dengan mentransfer dunia dakwah pesantren yang sebatas dampar, ke jendela luas yang bernama media sosial dan meyajikan sebaik baiknya ruh pesantren dengan rahmatan lil alamin khas pesantren dan juga menjadi wadah komunikasi antar tim media di pesantren Nahdatul Ulama se-Jawa Timur. Dengan tujuan mengembangkan dakwah pondok pesantren, mengenalkan dan menjaga citra pondok pesantren dan juga menyampaikan

² Imron Arifin dan Mumammad Slamet, *Kepemimpinan Kyai Dalam Perubahan Manajemen Pondok Pesantren*, Thesis 2011. hlm.14.

pesan – pesan yang di kaji di pondok pesantren ke masyarakat yang lebih luas.

3. Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media online yang merupakan bentuk kemajuan teknologi, di mana para penggunanya melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi,berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih. Pada saat ini, jejaring sosial, blog, wiki, dan youtube. merupakan media sosial yang paling banyak digunakan dan tumbuh pesat di antara yang lainnya.³

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan media sosial adalah media sosial Youtube, Youtube merupakan sebuah aplikasi baru yang memuat vidio-vidio dan bisa dinikmati secara gratis, youtube termasuk media baru yang mulai berkembang saat ini. Youtub juga bisa disebut sebuah situs web yang memuat vidio-vidio. Kita sebagai pengguna youtube bisa mengunggah vidio dan melihat vidio yang ada didalamnya dan juga sangat banyak jenis dan genre vidio yang ada didalam youtube mulai dari film, musik, vlog, dakwah, dan masih banyak lagi yang lainnya. Dalam memfokuskan penelitian ini dengan mengkaji strategi dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di konten media sosial youtube. Jadi yang menjadi kajian dalam penelitian ini adalah konten dari Youtubnya Asosiasi Media Pondok Jawa Timur.

I. Metode Penelitian.

Metode penelitian adalah cara berfikir dan bertindak yang dipersiapkan secara maksimal untuk melakukan dan mencapai tujuan sebuah penelitian. Metode penelitian juga menjadi hal yang sangat penting, karena berhasil atau tidaknya sebuah penelitian

³ Mulyati, Ani. *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*, Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan, 2014. hlm 25.

tergantung atas bagaimana peneliti menentukan metode penelitiannya.

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan Kualitatif deskriptif dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian yang bersifat interpretatif dengan menggunakan penafsiran yang melibatkan banyak metode dalam menelaah permasalahan penelitian.⁴ Pemilihan jenis penelitian kualitatif ini karena didalam penelitian ini peneliti akan mendapatkan informasi atau data secara keseluruhan berasal dari sumber informasi yang berkaitan dengan sasaran penelitian. Sehingga berdasarkan hal tersebut penggunaan metode deskriptif ini menggambarkan secara sistematis dan mendalam terkait fokus penelitian yang mengkaji tentang strategi dakwah Assosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube. artinya penelitian ini tidak menggunakan itungan angka-angka.⁵

Adapun ciri khas dari metode ini adalah penekanannya pada proses. Proses dalam hal ini melihat bagaimana fakta, realita, gejala, dan peristiwa terjadi. Secara khusus tentang bagaimana peneliti terlibat secara langsung didalamnya dan menjalin relasi dengan orang lain. Sehingga situasi dan kondisi setempat sangat mempengaruhi dalam pembentukan persepsi seseorang.⁶

2. Subjek, Objek dan Lokasi Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subyek penelitian adalah sasaran yang dijadikan analisis atau fokus masalah. Subyek penelitian disini adalah sasaran pertama yaitu ketua dari asosiasi media pondok jatim ini untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan dalam

⁴ Deddy Mulyana and Solatun, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008), 5.

⁵ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 42.

⁶ Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis Karakteristik Dan Keunggulannya* (Jakarta: Grasindo, 2008), 61.

proses dakwahnya di media sosial, kemudian ada admin-admin dari media sosial serta para team kreatif sebagai tambahan data untuk mendukung data utama.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian yang menjadi fokus kajian didalam penelitian ini adalah Strategi Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube.

c. Lokasi Penelitian

Pemilihan lokasi penelitian ini dengan adanya hal yang menarik menurut peneliti untuk di kaji dalam sebuah penelitian. Hal menariknya adalah strategi yang di gunakan dalam dakwah pesantren oleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial youtubanya di era kemajuan informasi dan industri 4.0. jadi penelitian ini meneliti konten dakwah di youtube Asosiasi Media Pondok Jawa Timur.

3. Jenis dan Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif menurut Lofland.⁷ adalah berupa kata-kata, tindakan dan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen, foto, dan lainnya. Adapun jenis data dapat dibagi menjadi sumber data tertulis, foto, kata-kata dan tindakan, serta statistik.

a. Jenis Data

1) Data primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dan pengamatan lapangan atau tempat penelitian.⁸ Data primer diperoleh secara langsung berasal dari sumbernya melalui sebuah proses pengamatan, catatan lapangan sehingga dijadikan satu oleh peneliti untuk menjawab berbagai problematika penelitian. Data primer didalam penelitian saat ini adalah mengenai

⁷ Lexy J.Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*.

⁸ Nasution, *Azaz-Azaz Kurikulum* (Bandung: Terate, 1964), 34.

Strategi Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube.

2) Data Sekunder

Data ini didapatkan peneliti dari hasil telaah pustaka seperti buku, jurnal dan sumber lainnya sehingga dapat disebut dengan data sekunder. Data sekunder ini merupakan data yang diusahakan oleh peneliti sebagai data pendukung seperti melalui media internet, buku, ataupun jurnal-jurnal terkait dakwah melalui media baru di era industri 4.0.

b. Sumber data

Sumber data menurut Arikunto⁹ merupakan sumber yang diperoleh dari subyek penelitian. Sehingga demikian, sumber data merupakan pokok utama penelitian dan peneliti bagaikan mencari jalan informasi yang di dapat dan digali. Sumber data penelitian terbagi menjadi 2 yaitu :

1) Sumber data Primer.

Didalam penelitian ini yang dijadikan sumber data primer adalah Strategi Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube, yang berasal dari hasil wawancara dengan ketua asosiasi media pondok jatim, pengurus media pondok jatim dan tim kreator dan admin akun dari media sosial dari media pondok jatim serta peneliti melakukan observasi peneliti secara langsung kelapangan dan mengamati proses digitalisasi yang dilakukan oleh asosiasi media pondok jatim ini.

2) Sumber data Sekunder.

Didalam penelitian ini, sumber data sekunder yang digunakan adalah berupa kajian-kajian kepustakaan serta teori-teori yang berhubungan dengan Strategi Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube.

⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Dan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).

4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu :

a. *Wawancara Mendalam*

Wawancara merupakan proses percakapan diantara dua orang atau lebih. Dalam hal ini peneliti mengajukan sejumlah pertanyaan sesuai panduan untuk mendapatkan informasi. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada ketua asosiasi media pondok jatim sebagai sumber utama penggalian data tentang Strategi Dakwah Assosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube. Kemudian para pengurus, para kreator dan admin media sosial dari media pondok jatim, sebagai penggalian data pendukung seperti menanyakan tentang proses dan jalanya ketika kegiatan berlangsung ini juga hanya sebagai data tambahan.

b. *Observasi*

Pengumpulan data melalui observasi merupakan teknik paling lazim yang dilakukan dalam penelitian kualitatif. Observasi merupakan sebuah pengamatan meliputi berbagai kegiatan, perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera. Observasi terbagi menjadi dua yaitu :

1. *Observasi Partisipan*. Jenis observasi ini sebuah pengamatan dilakukan dengan cara peneliti ikut serta mengambil bagian dalam kehidupan objek yang di observasi
2. *Observasi Non Partisipan*. Peneliti tidak ikut dalam kehidupan objek yang di observasi dan secara terpisah berkedudukan sebagai pengamat¹⁰.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2012), 15.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi partisipan dan non partisipan. Dengan begitu peneliti menempatkan dua posisi pertama sebagai pengamatan partisipan ikut terjun mengamati yang kedua hanya sebagai pengamat kegiatan berlangsung. Adapun peneliti menggunakan metode ini untuk memperoleh data terkait dengan Strategi Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube.

c. *Kajian Isi Dokumentasi*

Teknik terakhir ini berfungsi untuk melengkapi data yang diperoleh dari observasi partisipatoris dan wawancara mendalam. Dalam dokumentasi ini, data yang dihasilkan adalah berupa foto¹¹. Foto yang diambil dapat berupa foto terkait agenda yang sedang berlangsung, dokumentasi ketika produksi berlangsung, peneliti dan kegiatan lain.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan peneliti selama berada di lapangan penelitian dan pasca penelitian di lapangan. Dalam Lexy¹², Bogdan dan Biklen mengatakan bahwa analisis data meliputi kegiatan mengorganisasikan untuk menelaah tentang kajian yang diteliti, sehingga dalam hal ini Strategi Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube. Aktivitas didalam analisis ini adalah data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*.

a. *Data Reduction (Reduksi data)*.

Dalam tahap ini, peneliti memulai dengan membuat ringkasan kecil mengenai pertanyaan terkait fokus penelitian tentang Strategi Dakwah

¹¹ Sudarmawan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 122.

¹² Lexy J.Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*.

Assosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube, yang akan diajukan kepada informan, kemudian peneliti mengumpulkan data dari lapangan berupa hasil wawancara dengan subjek penelitian dan informan-informan lain sebagai penguat data. Selain itu peneliti juga mengambil dokumentasi saat wawancara serta melakukan observasi ketika sedang proses wawancara atau pengamatan aktivitas subjek penelitian.

b. Data Display (Penyajian Data)

Diartikan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data, peneliti akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan pemahaman tentang penyajian data.

Pada tahap ini peneliti menyajikan secara rinci informasi yang telah diperoleh dari informan terkait fokus penelitian yaitu Strategi Dakwah Assosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube.

c. Conclution Drawing /Verification (PenarikanKesimpulan/ verifikasi)

Kesimpulan yang diambil terkait dakwah yang media pondok jatim gunakan di era industri 4.0. akan ditangani secara longgar dan tetap terbuka sehingga kesimpulan yang semula belum jelas, kemudian akan meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh. Kesimpulan ini juga diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan maksud menguji kebenaran, kekokohan dan kecocokannya yang merupakan validitasnya.

6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam tahap ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pemeriksaan sebagai berikut :

a. *Kesungguhan Pengamatan*

Kesungguhan dalam pengamatan merupakan sebuah proses mencari data secara konsisten. Kesungguhan dalam pengamatan berarti menemukan unsur-unsur dan ciri-ciri dalam situasi yang sangat relevan dengan isu ataupun persoalan yang sedang dicari yaitu tentang Strategi Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube. Kemudian peneliti memfokuskan diri pada hal-hal tersebut secara detail. Dengan kata lain, apabila perpanjangan menyediakan lingkup maka kesungguhan pengamatan menyediakan kedalaman.

b. *Triangulasi Data*

Yakni teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data yang terkumpul untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data-data tersebut. Hal ini dapat berupa penggunaan sumber, metode penyidik dan teori¹³. Dari berbagai teknik tersebut cenderung menggunakan sumber sebagaimana disarankan oleh Patton yang berarti membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu data yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Untuk itu keabsahan data dengan cara sebagai berikut :

a. Membandingkan hasil wawancara dan data hasil pengamatan

¹³ Ibid.

- b. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang secara umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.

Yang ingin diketahui dari perbandingan ini adalah mengetahui alasan-alasan apa yang melatar belakangi adanya perbedaan tersebut (jika ada perbedaan) bukan titik temu atau kesamaannya sehingga dapat dimengerti dan dapat mendukung validitas data.

J. Sistematika Penelitian

Agar memperoleh gambaran yang lebih jelas dan menyeluruh mengenai pembahasan ini. Secara global akan penulis perinci dalam sistematika pembahasan ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan kerangka dasar yang berisi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan laporan dan pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORETIS

Pada bab ini menguraikan penjelasan tentang kerangka *teoritik* yang meliputi pembahasan kajian pustaka dan kajian *teoritik* yang berkaitan dengan digitalisasi dakwah, serta teori yang akan digunakan dalam menganalisis masalah. Definisi konsep harus digambarkan dengan jelas. Selain itu harus memperhatikan relevansi teori yang akan digunakan dalam menganalisis masalah.

BAB III PENYAJIAN DATA

Dalam bab ini, peneliti memberikan gambaran tentang data-data yang

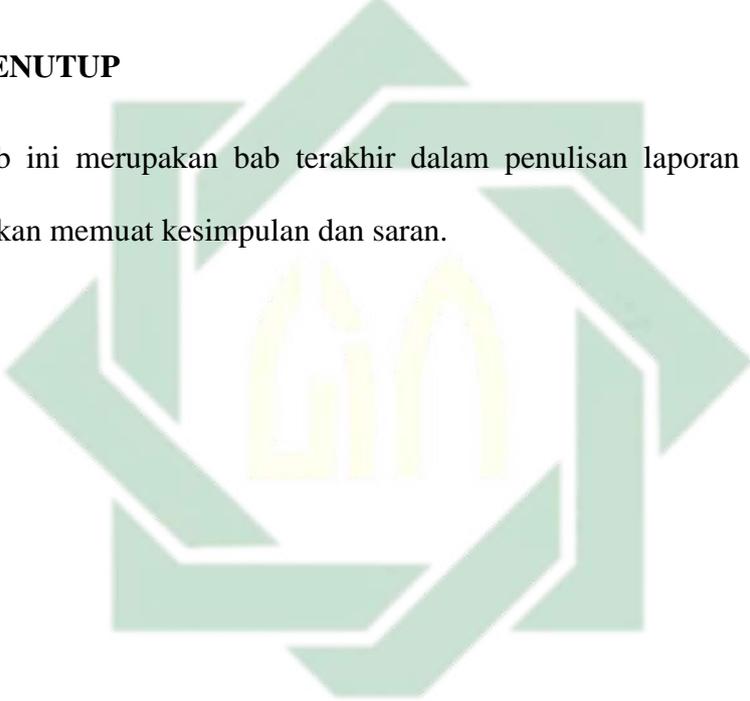
diperoleh, baik data primer maupun data sekunder. Penyajian data dibuat secara tertulis dan dapat juga disertakan gambar, tabel atau bagan yang mendukung data.

BAB IV ANALISIS DATA

Dalam bab analisis data, peneliti memberikan gambaran tentang data-data yang dikemas dalam bentuk analisis deskriptif. Setelah itu akan dilakukan analisis data dengan menggunakan teori yang relevan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penulisan laporan penelitian yang nantinya akan memuat kesimpulan dan saran.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II
DAKWAH ASSOSIASI MEDIA PONDOK JAWA TIMUR
DI MEDIA SOSIAL

A. Kajian Teoritis

1. Strategi Dakwah

a. Pengertian Strategi

Strategi mempunyai banyak arti tergantung cara sudut pandang mengartikanya. Dalam bahasa Yunani “strategos” yang berarti tentara. Strategi berasal dari kalangan militer yang bermakna cara yang digunakan dalam memenangkan pertempuran. Mulai dari penggunaan dana, daya menggunakan persenjataan atau peralatan dan lain sebagainya.¹⁴ Menurut Jhon A. Bryne strategi adalah sebuah pola yang di rencanakan secara mendasar untuk menggapai sasaran tertentu Baik dalam bisnis dan dan dalam bidang apapun.¹⁵

Strategi menurut kamus besar Bahasa Indonesia, merupakan sebuah ilmu atau seni yang di gunakan untuk kebijakan perang dalam proses damai menggunakan sumber daya bangsa – bangsa. Strategi juga sering diartikan sebagai “taktik” yang secara konseptual di pahami sebagai cara untuk mencapai sasaran yang di tentukan.¹⁶ Dari lihat dari pengambilan sebuah keputusan maka strategi menurut *Igor Ansof* adalah sebuah usaha pengambilan sudut pandang keputusan dari persoalan organisasi baik menyangkut permasalahan atau sebuah rencana untuk mengembangkan atau menggapai tujuan tertentu.¹⁷

¹⁴ Sondang P. Siagian. “*Organisasi, Kepemimpinan, Perilaku Administrasi*” .CV. Haji Mas Agung, (Jakarta. , 1994).Hal 16.

¹⁵ Ali Hasan, *marketing Bank Syariah*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010), h.29.

¹⁶ Depdiknas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.Soeharto. (2001).

¹⁷ Jatmiko, *Kurikulum Berbasis Kompetensi*, Bandung: Rosda Karya. 2003.

Strategi ini sering sekali di gunakan dalam keberlangsungan dalam sebuah organisasi dalam mencapai tujuannya, ada beberapa ciri-ciri strategi dalam organisasi adalah

1. *GoalDirected Actions* Merupakan aktivitas menunjukkan apa yang diinginkan dalam organisasi tersebut dan bagaimana cara mengimplementasikannya.
2. Mempertimbangkan semua kekuatan internal sumber daya dan kapasitas serta memperhatikan peluang dan tantangan.

Sedangkan Strategi menurut ahli manajemen Gerry Johnson dan Kevan Scholas adalah sebagai arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui konfigurasi sumber daya alam dan lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pihak yang berkepentingan.¹⁸

Berdasarkan definisi di atas dari para ahli manajemen maka dapat disimpulkan pokok strategi adalah

1. Suatu pola keputusan yang konsisten, menyatu dan integral.
2. Menentukan dan menampilkan tujuan organisasi dalam artiansasaran jangka panjang, program bertindak dan prioritas alokasisumber daya.
3. Mencoba mendapatkan keuntungan yang mampu bertahan lamadengan memberikan respons yang tepat terhadap peluang, ancaman kekuatan serta dari lingkungan luar organisasi, kekuatannya dan kelemahannya serta melibatkan semua tingkat hierarki dariorganisasi.

Kesimpulan dari pengertian strategi di atas maka penulis menyimpulkan bahwasanya Strategi adalah sebuah upaya dalam mencapai suatu tujuan. Strategi juga terus berkembang sesuai dengan berjalannya ilmu pengetahuan. Strategi dikembangkan

¹⁸ Thohir Yuli Kusmanto, *Pengembangan Ekonomi Islam Berbasis Kependudukan Di Perdesaan. Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 34, No.2, Juli - Desember 2014.

menjadi banyak sesuai dengan bidang ilmu yang menggandengnya.

b. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari kata da‘ā-yad‘ū-da‘watan, sama dengan kata al-nida', yang berarti memanggil atau menyeru.¹⁹ menurut para pakar dakwah secara istilah adalah sebagai berikut , menurut Ibnu Taimiyah dakwah adalah seruan beriman kepada Allah dan pada ajaran yang dibawa oleh para nabi dan rasul, mempercayainya dan melakukan perintahnya. Menurut Syech Ali Mahfudz dakwah merupakan ajakan kepada manusia dalam kebaikan dan petunjuk Allah SWT, menyeru mereka untuk membiasakan berbuat baik dan melarang melakukan kebiasaan buruk supaya menjadi manusia beruntung di dunia akhirat. menurut Prof. Toha Yahya Oemar berpendapat bahwa dakwah adalah upaya mengajak dengan cara bijak sana ke dalam ajaran yang benar sesuai perintah Tuhan demi kemaslahatan dunia akhirat.²⁰

Dalam konsep lainnya dakwah mempunyai arti sebuah usaha dalam meningkatkan pemahaman ilmu agama dengan tujuan untuk mengubah pola hidup, sikap, batin, dan apapun yang belum sesuai dengan ajaran agama Islam supaya hidup damai bahagia di dunia dan akhirat. Kegiatan dakwah wajib mengandung 5 unsur, penceramah (Da'i), kemudian sebuah pesan yang disampaikan (Maddah), penerima pesan atau sasaran dakwah (Mad'u), media dalam menyampaikan dakwah (Wasilah), dan metode dakwah (Tariqoh).

Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap umat muslim. Karena Islam merupakan agama yang selalu menganjurkan umatnya tanpa terkecuali untuk berdakwah.²¹

Berdakwah bisa dilakukan secara kelompok atau dengan individu sesuai dengan

¹⁹ Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap*, Edisi Ke-2, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997). h. 406.

²⁰ Mohammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004).h. 5.

²¹ Abdullah, *Wawasan Dakwah Kajian Epistemologis, Konsepsi dan Aplikasi Dakwah*, (IAIN Pers: Medan, 2002),h. 11.

kemampuan yang dimilikinya. Banyak dakwah yang dilakukan secara individu seperti para ustadz, atau kiai, dan para mubaligh, dan lainnya. Yang mereka mempunyai kemampuan beretorika dengan baik dan mempunyai ilmu keagamaan yang mumpuni untuk berdakwah. Namun juga banyak diluar itu, dakwah banyak metode yang digunakan salah satunya adalah dengan tulisan yang sering kita jumpai di Media cetak, surat kabar, majalah dan lain sebagainya.²²

Di era industri 4.0 ini membawa teknologi dan informasi berkembang dengan pesat dan banyak membawa perubahan terutama dalam cara dan gaya berdakwah. Dakwah kini berkembang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi, kini dakwah tidak hanya di mimbar atau di Musholah - Musholah, kini dakwah sudah memanfaatkan perkembangan teknologi seperti berdakwah di media sosial dan internet. Kini secara umum dakwah dibedakan menjadi dua jenis media, yang pertama adalah media tradisional yaitu kegiatan dakwah yang tidak memanfaatkan teknologi, seperti sebuah kesenian pertunjukan yang di dalamnya membawa pesan pesan dakwah contohnya adalah kesenian wayang, ludruk, teater. Yang di dalamnya ada unsur menyampaikan pesan dakwah. kemudian adalah media modern yang menggunakan teknologi dalam berdakwah, contohnya adalah berdakwah lewat tv, radio, internet, media sosial.²³

c. Strategi Dakwah

strategi dakwah, strategi dakwah dapat disimpulkan pengembangan ilmu strategi dengan pola berdakwah kemudian menjadi kajian tersendiri yang mempelajari cara berdakwah supaya bisa mencapai tujuan yang telah ditentukan. Dewasa ini dengan kemajuan teknologi maka banyak yang menggunakan strategi dalam berbagai

²² Marlina, *Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Media Dakwah Pada Masa Pandemi*, (Qoulan: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 02, No. 2, 2020), h. 70.

²³ Ali Aziz, *Imu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004).h. 407.

persoalan, tak terkecuali dalam Agama yaitu strategi yang digunakan untuk berdakwah. Pada dasarnya dakwah adalah kegiatan mengajak orang dalam kebaikan.²⁴ Dengan begitu maka perlu strategi dalam mengajak orang supaya yang di ajak bisa menerima dengan hati yang tenang dan dalam kondisi nyaman tanpa tekanan.

Mengutip dari karya Moh. Ali Aziz mengartikan strategi dakwah adalah sebuah cara atau ketentuan yang telah dirumuskan untuk kegiatan menyampaikan pesan dakwah.²⁵ strategi dakwah dapat bersandar pada dalil-dalil dalam Al Quran tentang tugas para nabi dan rasul sebagaimana yang tertera dalam *Al-Baqoroh* ayat 129 dan 151, *Ali Imron* ayat 164, dan *Al Jumuah* ayat 2.

رَبَّنَا وَابْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ
وَيُزَكِّيهِمْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ع

Artinya:

Ya Tuhan kami, utuslah di tengah mereka seorang rasul dari kalangan mereka sendiri, yang akan membacakan kepada mereka ayat-ayat-Mu dan mengajarkan Kitab dan Hikmah kepada mereka, dan menyucikan mereka. Sungguh, Engkau adalah Yang Mahaperkasa, Mahabijaksana.” (Al-Baqoroh ayat 129).²⁶

كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِّنْكُمْ يَتْلُوا عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ الْكِتَابَ
وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ تَكُونُوا تَعْلَمُونَ

Artinya:

Sebagaimana Kami telah mengutus kepadamu seorang Rasul (Muhammad) dari (kalangan) kamu yang membacakan ayat-ayat Kami, menyucikan kamu, dan mengajarkan kepadamu Kitab (Al-Qur'an) dan Hikmah (Sunnah), serta

²⁴ M. Ridlo Syabibi, —*Metodologi Ilmu Dakwah; Kajian Ontologis Dakwah Ikhwan Al-Safa*, I (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 135.

²⁵ Ali Aziz, *Ilmu dakwah*, (Jakarta: kencana, 2012), 351.

²⁶ Al-Quran Surah *Al-Baqoroh* ayat 129.

mengajarkan apa yang belum kamu ketahui. (Al-Baqoroh ayat 129).²⁷

لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ
وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ

Artinya:

Sungguh, Allah telah memberi karunia kepada orang-orang beriman ketika (Allah) mengutus seorang Rasul (Muhammad) di tengah-tengah mereka dari kalangan mereka sendiri, yang membacakan kepada mereka ayat-ayat-Nya, menyucikan (jiwa) mereka, dan mengajarkan kepada mereka Kitab (Al-Qur'an) dan Hikmah (Sunnah), meskipun sebelumnya, mereka benar-benar dalam kesesatan yang nyata. (Ali Imron ayat 164).²⁸

هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ
الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ

Artinya:

Dialah yang mengutus seorang Rasul kepada kaum yang buta huruf dari kalangan mereka sendiri, yang membacakan kepada mereka ayat-ayat-Nya, menyucikan (jiwa) mereka dan mengajarkan kepada mereka Kitab dan Hikmah (Sunnah), meskipun sebelumnya, mereka benar-benar dalam kesesatan yang nyata. (Al Jumuah ayat 2).²⁹

Dalam ayat di atas disimpulkan ada 3 macam strategi dakwah yaitu:

1. Strategi Tilawah

Strategi Tilawah adalah dakwah dengan menggunakan tulisan atau dengan

²⁷ Al-Quran Surah Al-Baqoroh ayat 151.

²⁸ Al-Quran Ali Imron ayat 164.

²⁹ Al-Quran Al Jumuah ayat 2.

lisan. Disini mitra dakwah berperan mendengarkan atau membaca sendiri pesan yang telah disampaikan oleh pendakwah.

2. Strategi Tazkiyah

Strategi ini adalah menyampaikan pesan dengan aspek kejiwaan. Lebih mengobati gejala-gejala kejiwaan yang tidak stabil seperti Keimanan, kikir, sombong, dengki, dll.

3. Strategi Ta'lim

Strategi ini merupakan berdakwah dengan menggunakan pembelajaran yang lebih formal dan sistematis. Seperti pengajian kitab, pengajian Al Quran, dan lain lain.

Ketiga strategi ini mempunyai pesan yang sama yaitu tentang tugas para rasul dan nabi yang sekaligus dipahami sebagai strategi dakwah. selain ketiga ini dalam penelitian ini juga mengambil konsep strategi yang ditawarkan Al-Bayanuni, Strategi *Al-bayanuni* ada 3 macam.³⁰ :

1. Strategi Sentimental (*al-manhaj al-., athifi*).

Strategi Sentimental merupakan dakwah yang berpusat pada aspek hati dan menggerakkan prasaan dan bathin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembutan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan metode yang dikembangkan dalam strategi ini.

Strategi sentimentil ini sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan (marginal) dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang yang masih awam, para *muallaf* (imannya lemah), orang-orang miskin, anak-anak yatim dan lain sebagainya.

³⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Prenada Media.(2019).

Strategi sentimental ini diterapkan oleh Nabi SAW saat menghadapi kaum musyrik Mekah. Tidak sedikit ayat-ayat Makkiyah (ayat yang diturunkan ketika Nabi di Mekah atau sebelum Nabi SAW hijrah ke Madinah) yang menekankan aspek kemanusiaan (*humanisme*), semacam kebersamaan, perhatian kepada fakir miskin, kasih sayang kepada anak yatim, dan sebagainya. Ternyata, para pengikut Nabi SAW pada masa awal umumnya berasal dari golongan kaum lemah. Dengan strategi ini, kaum lemah merasa dihargai dan kaum mulia merasa dihormati.

2. Strategi Rasional (*al-manhaj al-aqli*)

Strategi Rasional merupakan dakwah dengan menggunakan beberapa metode yang berpusat pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Penggunaan hukum logika, diskusi, atau penampilan contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode dari strategi rasional.

Al-Qur'an mendukung penggunaan strategi rasional dengan beberapa terminologi antara lain: *tafakkur*, *tadzakkur*, *nazhar*, *ta'ammul*, *i'tibar*, *tadabbur*, dan *istibshar*. *Tafakkur* adalah menggunakan pemikiran untuk mencapainya dan memikirkannya; *tadzakkur* merupakan menghadirkan ilmu yang harus dipelihara setelah dilupakan; *nazhar* ialah mengarahkan hati untuk berkonsentrasi pada obyek yang sedang diperhatikan; *taammul* berarti mengulang-ulang pemikiran hingga menemukan kebenaran dalam hatinya; *i'tibar* bermakna perpindahan dari pengetahuan yang sedang dipikirkan menuju pengetahuan yang lain; *tadabbur* adalah suatu usaha memikirkan akibat-akibat setiap masalah; *istibshar* ialah mengungkap sesuatu atau menyingkapnya, serta memperlihatkannya kepada pandangan hati.

3. Strategi Indrawi (al-manhaj al-hissy)

Strategi ini juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Lebih jelasnya strategi ini merupakan perkumpulan dari beberapa strategi yang mengutamakan pada aspek penemuan penelitian atau penglihatan panca indra seperti pentas kesenia, praktek keagamaan, tater, drama dan lain-lain.

Dahulu, Nabi SAW mempraktekkan Islam sebagai perwujudan strategi inderawi yang disaksikan oleh para sahabat. Para sahabat dapat menyaksikan mukjizat Nabi SAW secara langsung, seperti terbelahnya rembulan, bahkan menyaksikan Malaikat Jibril dalam bentuk manusia. Sekarang, kita menggunakan al-Qur'an untuk memperkuat atau menolak hasil penelitian ilmiah. Pakar tafsir menyebutnya dengan Tafsir „Ilmi. Adnan Oktar, penulis produktif dari Turki yang memakai nama pena Harun Yahya, menggunakan strategi ini dalam menyampaikan dakwahnya. M. Quraish Shihab, pakar tafsir kenamaan dari Indonesia, juga sering menguraikan hasil penemuan ilmiah saat menjelaskan ayat-ayat al-Qur'an

Strategi indrawi ini juga banyak digunakan para remaja pendakwah pada zaman moderen saat ini yaitu dengan memvisualisasikan drama atau film dakwah yang mengajak kepada kebaikan, saya melihat asosisasi media pondok jatim juga menggunakan metode ini dalam strategi dakwahnya.

2. Media Sosial Sebagai Media Dakwah

a. Pengertian Media Sosial

Perkembangan teknologi dan informasi membawa perubahan banyak pada sektor komunikasi dan informasi. Dan juga memunculkan banyak temuan – temuan

baru seperti aplikasi jejaring sosial secara online atau yang biasa disebut dengan media sosial. Menurut beberapa pakar keilmuan seperti Ruben mengartikan media sosial adalah sebuah media yang menyediakan tempat orang bisa memulai percakapan, berpartisipasi dan kontribusi menjalin pertemanan, berbagi. Media sosial ini juga mampu membuat ruang diskusi, bisa berkomentar satu sama lain, dan pengguna bisa berbagi dan mencari hal yang mereka sukai.³¹

Menurut *Mandibergh* dalam karya Nurudin, media sosial merupakan sebuah wadah yang menaungi kerjasama antar pengguna dan berakhir dengan konten atau menghasilkan sebuah konten.³² Kemudian dalam pengertian lain media sosial adalah sebuah perangkat lunak yang berfungsi sebagai alat untuk berbagi kepada pengguna lain sesuai keinginan dari pengguna perangkat lunak ini.³³ Dari beberapa pernyataan para pakar keilmuan di atas peneliti menyimpulkan bahwasanya pengertian dari media sosial menurut peneliti adalah sebuah sarana yang berupa perangkat lunak yang menyediakan fitur pengguna bisa berbagi, berinteraksi, berkomentar, membuat ruang diskusi, berkomunikasi, dan lain sebagainya.

Media sosial adalah media yang terhitung baru, media sosial ini muncul akibat dari perkembangan teknologi dan bisa disebut juga dengan media baru. Ada tiga sifat utama yang di uraikan oleh Rogers dalam Anis Hamidati yang menandai kehadiran teknologi komunikasi baru, yaitu *interactivity*, *de-massification*, dan *asynchronous*. *Interactivity* adalah kemampuan sistem komunikasi baru (biasanya berisi sebuah komputer sebagai komponennya) untuk berbicara balik (*talk back*)

³¹ Irta Sulastri, Arifah Yenni Gustia, Lesnita Juniati, *Penggunaan Media Sosial Dalam Berdakwah: Study Terhadap Da'i Di Kota Padang*, Al-Munir (jurnal komunikasi dan penyaiyan islam)Vol, 11 No, 2, Desember 2020.

³² Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011.

³³ Biagi, Shirley, *Media/Impact Pengantar Media Massa*, Jakarta : Penerbit Salemba Humanika, 2010.

kepada penggunaanya. Hampir seperti seorang individu yang berpartisipasi dalam sebuah percakapan. Dalam penyertaan lainnya, media baru memiliki sifat interaktif yang tingkatannya mendekati sifat interaktif pada komunikasi anatarpribadi secara tatap muka.³⁴ Sifat kedua dari teknologi komunikasi baru adalah *demassification* atau yang berarti bersifat massal. Maksudnya, kontrol atau pengendalian sistem komunikasi massa biasanya beralih dari produsen kepada konsumen media. Sifat yang ketiga adalah *asynchronous*, artinya teknologi komunikasi baru mempunyai kemampuan untuk mengirimkan dan menerima pesan pada waktu waktu yang dikehendaki oleh setiap individu peserta.³⁵

Media Sosial menurut para pakar keilmuan ada lima fungsi :

- a. Berfungsi menyajikan arus informasi yang dapat dengan mudah dan cepat diakses kapan saja dan dimana saja. Sehingga dapat lebih memudahkan seseorang dalam memperoleh sesuatu yang dibutuhkan yang biasanya harus mencari langsung dari tempat sumber informasinya.
- b. Sebagai media transaksi jual beli. Kemajuan ini menimbulkan kemudahan memesan produk melalui fasilitas internet ataupun menghubungi customer service.
- c. Sebagai media hiburan. Contohnya: game online, jejaring sosial, *streaming* video, dan lain sebagainya.
- d. Sebagai media komunikasi yang efisien. Penggunaanya dapat berkomunikasi dengan siapapun tanpa terkendala jarak dan waktu, bahkan dapat melakukan *video conference*.

³⁴ Anis Hamidati, *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi* (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2011), hlm. 7.

³⁵ *Ibid.*, hlm. 8.

- e. Sebagai sarana pendidikan dengan adanya *e-book* yang mudah dan praktis. Untuk mahasiswa dan pelajar penyampaian materi pembelajaran dapat diseragamkan, proses pembelajaran menjadi jelas dan menarik, lebih interaktif, efisiensi waktu dan tenaga, memungkinkan proses belajar bisa dilakukan dimana saja dan mengubah peran guru ke arah yang lebih positif dan produktif.³⁶ Seperti pada zaman sekarang, akibat wabah pandemi covid 19 pembelajaran banyak dilakukan dengan online menggunakan zoom sebagai medianya.

b. Macam - Macam Media Sosial

Media sosial mempunyai bebrbagai macam jenis dan bentuknya, media sosial ini dibedakan sesuai dengan fungsinya dan kode konten yang ada di dalamnya. Banyak macam konten pada media sosial contohnya adalah seperti konten bersifat tulisan pribadi, brupa foto, vidio, berupa jejaring sosial dan lain lain. Ada 6 jenis media sosial sebagai mana yang di paparkan oleh Kplan & Haenlein, sebagai berikut.³⁷

a. Proyek Kolaborasi

Proyek Kolaborasi ini merupakan sebuah jenis media sosial yang secara pembuatan konten mereka bekerjasama . contohnya seperti Wikipedia.

b. Blog

Blog adalah suatu jenis media sosial yang membuat sebuah konten bisa berupa tulisan tentang pribadi yang dianggap menarik seperti cerita – cerita tentang keseharian dari penulis misalnya.

c. Komunitas konten

³⁶ Lia Herliani, “Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda)”, eJournal Ilmu Komunikasi, vol. 3, No. 4, 2015, hlm. 218.

³⁷ Kaplan, HaenLein, *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons, 2010.H. 62-64.

Komunitas Konten merupakan sebuah media sosial yang penggunanya dapat membagikan berupa foto atau video. Contohnya adalah media sosial youtube.

d. Situs Jejaring Sosial

Media sosial ini bersifat menghubungkan antar pengguna sehingga dapat berinteraksi berkomentar, mengirim pesan, mengirim foto atau gambar.

Contohnya adalah Instagram, facebook, path, tweeter dan lain lain.

e. Virtual Game World

Virtual game world media sosial yang berbentuk game dan dapat berinteraksi satu sama lain dan penggunanya berbentuk avatar contohnya adalah PUBG, Mobile Legend dan lain lain.

f. Virtual Social World

Virtual social world adalah jenis media sosial yang penggunanya dapat membuat manipulasi di kehidupan internet intinya media sosial ini membuat dunia kedua di internet bersifat 2 dimensi dan 3 dimensi.

Kini dalam perkembangan zaman media sosial menjadi perhatian banyak orang, banyak yang menggunakan media sosial untuk berbagai jenis pekerjaan, seperti berdagang, ajang pencarian jodoh, kemudian menyebarkan informasi tak terkecuali dengan dakwah. sebagaimana yang diterapkan oleh media pondok jati dalam berdakwah menggunakan media sosial. Berdakwah di media sosial mempunyai banyak nilai plusnya dibanding dakwah dengan cara konvensional seperti ceramah dari musholah ke musholah.

Fenomena dakwah dan media sosial saat ini merupakan fenomena yang terjadi akibat revolusi industri yang telah masuk tahap ke-4. Lonjakan penggunaan internet semakin cepat sehingga mengharuskan para dai dan ulama' bermigrasi

besar besaran ke media sosial dalam berdakwah. Fenomena ini sekarang sedang berkembang, bahkan bukan hanya dakwah bidang bidang lainnya juga semakin berkembang dengan pesat. Kemudahan yang diuntungkan oleh media sosial sebagai upaya penerjemah dakwah dalam melihat kebutuhan umat, media sosial membentuk keudayaan baru yang menarik semua dapat berbagi informasi ,menerima informasi dengan mudah dan murah.

c. Media Dakwah dan Perkembangannya

Media dakwah terdiri dari dua keta media dan dakwah, media dalam bahasa Latin, adalah *Median*, yang mempunyai bentuk kata jamaknya *Medium*. Kata media secara arti dalam istimologi adalah berarti sebuah perantara. Dan ada juga yang mendefinisikan Media adalah teknologi informasi yang digunakan dalam menyampaikan pengajaran. *Wilbur Scrhamn* mendefinisikan media merupakan sebuah alat – alat fisik yang menyampaikan pesan berupa buku, vidio, kaset, dan sebagainya.³⁸ Kemudian dalam bahasa arab media adalah *Wasillah*, yang berarti segala sesuatu yang dapat mengantarkan sesuatu yang menjadi tujuan.

Kata yang kedua adalah dakwah merupakan suatu kegiatan yang ngajak seseorang untuk berbuat baik sesuai dengan ajaran agama islam supaya hidup secara damai di dunia maupun akhirat. Kemudian Prof ali aziz mendefinisikan media dakwah merupakan suatu alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah sesuai ajaran Islam kepada mitra dakwah.³⁹ dari beberapa pengertian di atas maka peneliti mengartikan media dakwah adalah sebuah alat teknologi informasi yang di gunakan untuk menyampaikan pesan mengajak dalam kebaikan sesuai dengan ajaran agama Islam.

³⁸ Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, Jakarta, Amzah, 2009. h. 113.

³⁹ Moh. Ali Aziz, *lmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004).h. 120.

Media dalam berdakwah sangat banyak kategorinya dan tidak terbatas, apapun yang digunakan dalam proses menyampaikan dakwah adalah media dakwah seperti tempat tempat ibadah atau lembaga, contohnya : masjid, mushollah, pondok pesantren, dalam hal yang lain pentas panggung, teater, film, majalah, buletin, novel, internet, media sosial, dan lain lain. Pada pembahasan kali ini adalah berdakwah dengan menggunakan kemajuan internet dan media sosial sebagai mana yang dilakukan Asosiasi Media Pondok Jawa Timur.

Di era industri 4.0 pada saat ini internet dan teknologi berkembang membawa semua aspek dalam kehidupan manusia juga ikut berkembang salah satunya adalah dakwah. Kini dakwah berkembang melalui media internet, internet membawa dakwah menembuas ruang dan waktu, salah satu bentuknya adalah dakwah dakwah yang di lakukan di media sosial, untuk saat ini media sosial adalah media paling efektif dalam berdakwah, bukan karena media sosial mempunyai banyak fitur yang menarik akan tetapi media sosial adalah media yang paling di gemari oleh masyarakat pada saat ini. Tak terkecuali para remaja dan para orang dewasa.

Menurut Ruben sosial media merupakan sarana untuk orang melakukan Percakapan, berkontribusi dan partisipasi, berbagi, menjalin pertemanan, *bookmarking*.⁴⁰ Media sosial ini merupakan media yang interaktif, kita bisa berbalas komentar, diskusi dan kita bisa berbagi konten yang kita suka kepada orang lain. Dengan begini maka media sosial sangat cocok sebagai media untuk mengajak kepada kebaikan.

Fenomena dakwah dan media sosial saat ini merupakan fenomena yang terjadi akibat revolusi industri yang telah masuk tahap ke-4. Lonjakan penggunaan internet

⁴⁰ Brent, D Ruben dan Lea P Stewart, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.

semakin cepat sehingga mengharuskan para dai dan ulamaa' bermigrasi besar besaran ke media sosial dalam berdakwah. Fenomena ini sekarang sedang berkembang, bahkan bukan hanya di bidang dakwah, namun juga di bidang lainnya juga semakin berkembang dengan pesat. Kemudahan yang diuntungkan oleh media sosial sebagai upaya penerjemah dakwah dalam melihat kebutuhan umat, media sosial membentuk keudayaan baru yang menarik semua dapat berbagi informasi ,menerima informasi dengan mudah dan murah.

Jika melihat dari fenomena yang terjadi maka dakwah yang paling efektif adalah dengan menggunakan media sosial untuk saat ini Facebook, Instagram, Youtube dan Tiktok adalah 4 plat form media sosial yang paling besar digunakan dalam berdakwah di Indonesia. Sekarang jika kita mengamati konten tentang dakwah sudah banyak di media sosial, ini lah salah satu tantangan bersaing dengan konten- konten dakwah yang memiliki paham berbeda, sebenarnya bukan hanya konten dakwah tetapi bersaing dengan seluruh jenis konten yang ada di media sosial.

Jadi kehadiran teknologi dan informasi kini membawa dalam kemudahan – kemudahan dan memberikan kehidupan yang lebih sejahtera. Namun diluar itu juga mempunyai dampak negatif yang akan mengancam nilai – nilai agama, moral, kebudayaan bagi kehidupan manusia itu sendiri. Begitu juga berlaku di dakwah, dalam dakwah perkembangan teknologi juga membawa banyak kemudahan akan tetapi juga mempunyai tantangan dan hambatan dalam prosesnya. salah satu contohnya adalah Di era teknologi dan informasi, para mendakwah harus bisa berdaya saing dengan para konten kreator lainnya yang serba canggih untuk menyampaikan pesan-pesan kemuliaan dan kepatuhan kepada Allah Swt dan Rasulnya.

3. Youtube

a. Pengertian Youtube

Youtube adalah sebuah situs yang berfungsi sebagai media yang membagikan video secara online. Situs ini memiliki kemudahan dan kebebasan kepada siapapun untuk mengupload dan mengunduh video yang masuk dalam data basenya. Dengan slogan “*Broadcast Yourself*” dengan fungsi ini youtube juga memiliki fungsi sama dengan sebuah televisi yang memberi tawaran berbagai macam video dan acara namun youtube lebih bebas kita dapat memilih sendiri genre yang akan kita tonton.

Pada tahun 2005 youtube mulai diluncurkan dari tahun itu hingga sekarang youtube sudah mempunyai ribuan hingga jutaan anggota yang setia mengupload atau hanya sekedar menonton video - video yang telah disajikan. Di era industri 4.0 sekarang youtube sudah berkembang lebih pesat dan bahkan banyak acara televisi yang juga di sajikan dalam channel di youtube. Youtube bersifat online dan dapat menyimpan video sehingga penikmat youtube bisa menikmati dimana dan kapan pun mereka mau inilah yang menjadi kelebihan youtube.⁴¹

Dari ulasan di atas dapat disimpulkan bahwasanya youtube merupakan media yang membagikan video secara online. Dari mulai berdiri sampai hingga sekarang tampilan media youtube tidak banyak berubah, sehingga dapat diakses oleh semua kalangan mulai dari anak-anak- hingga orang dewasa dapat mempelajari dengan mudah. Selain itu youtube juga mempunyai lebih banyak macam keberagaman dalam kontennya mulai dari politik, hiburan, musik, dakwah , video anak – anak dan masih banyak lagi macam keberagamannya.

Media sosial YouTube sama dengan istilah komunikasi massa,

⁴¹ Jubile Enterprise, *Seri Penuntun Praktis, Membuat sendiri Video di Youtube.com*, (Jakarta : PT Elex Komputindo, 2008), 53.

komunikasi massa secara etimologi berasal dari Bahasa latin "communication". Istilah ini bersumber dari perkataan "communis" yang berarti sama. Sama yang dimaksud berarti sama makna dan arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan komunikator dan diterima oleh komunikan. Definisi komunikasi massa yang dikemukakan oleh Bitner sebagaimana yang dikutip dalam bukunya Ardianto yakni komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang besar, sedangkan komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh seorang ahli komunikasi lain yaitu oleh Gebner sebagaimana yang dikutip dalam bukunya Ardianto mengatakan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.⁴² Jadi dapat kita simpulkan bahwa YouTube sama seperti komunikasi massa karena sama-sama menyampaikan informasi kepada khalayak banyak dengan menggunakan berbagai cara/alat bantu.

b. Fungsi youtube

Youtube merupakan media sosial yang fokus dengan konten yang berisi mengenai video, kehadiran youtube memiliki beberapa fungsi yang berguna bagi penggunaannya. Sesuai dengan perkataan Abraham A. Dalam bukunya berjudul *sukss menjadi Artis dengan Youtube*. Sebagai berikut:⁴³

1. Memperluas interaksi berdasarkan kesamaan nilai yang dimiliki masing-masing individu, kesamaan karakteristik tertentu, ataupun pernah berinteraksi dalam kurun waktu tertentu, sehingga melahirkan nostalgia

⁴² Ardianto, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2004), 4.

⁴³

yang dapat dirasakan bersama.

2. Menambah wawasan atau pengetahuan dengan sarana Informasis, Sharing, dan Comment
3. Pencitraan atau memasarkan diri dalam arti positif, dalam hal ini juga berkaitan dengan prestige dan kemauan untuk update teknologi informasi.
4. Media transaksi dan pemikiran dalam hal perdagangan, politik, budaya, bahkan dimungkinkan juga di bidang pendidikan.
5. Media eskalasi lebih lanjut bisa juga sarana ini sebagai media intelejen, pengungkapan berbagai kejahatan hukum, media pertolongan dan sarana Citizen Journalism.
6. Selanjutnya mungkin adalah sebagai media rekreatif atau cuci mata setelah ditempa beratnya beban pemikiran, misalnya melihat film lucu, penemuan baru permainan game dan lain sebagainya.

c. Youtube sebagai media dakwah

Pengertian dakwah secara umum menurut para ahli adalah sebuah kegiatan yang mengajak dan menyampaikan pesan kebaikan kepada mitra dakwah supaya hidup damai di dunia dan diakhirat.⁴⁴ Sedangkan media dakwah adalah merupakan alat atau sarana yang di gunakan dalam menyampaikan pesan dakwah. Maka dengan adanya perubahan zaman dan perkembangan teknologi seharusnya dakwah juga harus perlu adanya sebuah inovasi dan di kemas secara menarik, salah satu contohnya adalah di kemas melalui media sosial Youtube. Dengan YouTube banyak hal yang dapat dibagikan seseorang untuk melakukan banyak hal serta berbagai cara dan konten bagaimana mereka meyebar luaskan suatu dakwah seperti dakwah

⁴⁴ Mohammad Ali Aziz, *Imu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004).h. 5.

agama Islam.

Berikut adalah beberapa alasan mengapa Youtube memberi hal yang menarik dan dijadikan sebagai media dakwah.

1. Ekonomis yaitu YouTube gratis untuk semua kalangan. Disini, YouTube dapat diakses secara gratis sehingga memungkinkan penggunaanya secara leluasa untuk menontonnya.
2. Interaktif yaitu YouTube memfasilitasi kita untuk berdiskusi ataupun melakukan tanya jawab, sehingga dalam berdakwah yang sifatnya persuasif dapat diterima banyak orang, karena adanya diskusi di dalam dakwah tersebut.
3. Praktis yaitu YouTube mudah digunakan dan dapat diikuti oleh semua kalangan. Mulai dari anak kecil hingga orang dewasa dapat dengan mudah mempelajari dan mengakses YouTube.
4. Shareable yaitu YouTube memiliki fasilitas link HTML, embed kode video dakwah yang dapat di share di jejaring sosial seperti facebook, twitter, intagram, dan blog atau website. Karena dengan berbagai media elektronik yang terdapat saat ini, semua media elektronik dapat melihat konten dakwah yang telah disebar melalui YouTube melalui link yang telah disebar.
5. Potensial yaitu Youtube merupakan situs yang paling populer di dunia internet saat ini, yang mampu memberikan edit value terhadap dakwah suatu agama. Dengan kepopuleritasan Youtube ini dapat lebih mudah dalam menyebarkan dakwah.⁴⁵

Berdasarkan ulasan di atas, dapat disimpulkan bahwa media Youtube

⁴⁵ <https://www.dictio.id/t/bagaimana-pengaruh-youtube-sebagai-media-dakwah-yang-bebas/15631> (diakses pada tanggal 10 Februari 2022)

adalah salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan berbagai macam informasi dan mendapatkan informasi. Media Youtube juga dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah melalui konten – konten dakwah. Dengan menggunakan media Youtube mempermudah dalam penyampaian pesan dakwah di era industri 4.0.

4. Teori Detereminisme Teknologi

Determinisme teknologi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mempunyai dua kata determinisme dan teknologi. Determinisme adalah bahwa setiap kejadian yang bersifat rohani atau jasmani itu merupakan konsekuensi kejadian sebelumnya dan ada di luar kemauan. Sedangkan *determinisme* dari sudut pandang *Teori Determinisme* adalah sebuah ide dasar bahwa semua perubahan yang terjadi pada banyak macam komunikasi akan membentuk keberadaan manusia itu sendiri. Sedangkan teknologi membentuk pola pikir, berperilaku dalam masyarakat dan teknologi juga membawa manusia ke peradaban yang lebih modern.⁴⁶ Bisa disimpulkan bahwa pengertian Determinisme Teknologi menurut (KBBI) adalah sebuah teori menyebutkan bahwa perubahan yang terjadi akibat perkembangan teknologi dari zaman yang dulu hingga saat ini akan memberikan perubahan besar di masyarakat.

Marshall McLuhan pertamakalinya mengenalkan teori determinasi pada tahun 1962 dalam bukunya “*The Guttenberg Galaxy; The Making Of Typography Man* “. Teori ini mempunyai gagasan sebagai berikut, dalam berbagai macam bentuk komunikasi akan membentuk keberadaan manusia itu sendiri. Dari itu perubahan

⁴⁶ Rodrick Juraman Stefanus, —*Pemanfaatan Smartphone Android Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Mengakses Informasi Edukatif (Studi Pada Mahasiswa Ilmu komunikasi Fispol Unsrat)*, || (Surakarta:ejournal.unsrat .ac.id Volume III. No.1. 2014). Hlm. 3.

semakin berkembang dan membawa manusia bergerak dari perubahan teknologi satu Abad ke Abad yang lainya.⁴⁷

Perubahan interaksi antar manusia dan budaya menjadi lebih cepat, efisien dan efektif. Perkembangan komunikasi dan teknologi bertemu dan menciptakan perkembangan teknologi informasi yang begitu modern dan lebih efektif. Pada saat ini perkembangan teknologi dan informasi membawa budaya dan gaya hidup masyarakat meningkat. Dewasa ini masyarakat bisa melakukan komunikasi dan menerima informasi secara terbuka dan bisa secara langsung tanpa harus bertemu tatap muka, dan bukan hanya itu berbagai macam kebudayaan bisa berbaur dalam saat yang bersamaan tanpa ada batas ruang dan waktu. Dengan begini maka pertukaran budaya dan pola berpikir masyarakat akan semakin cepat berubah.

Kemajuan teknologi dan informasi secara tidak langsung menimbulkan globalisasi. Sebenarnya dua aspek ini tidak bisa dipisahkan antara teknologi informasi dan juga globalisasi. Banyak pakar yang mengartikan globalisasi adalah suatu proses pengecilan dunia atau penyatuan dunia menjadi lebih kecil. Dalam artian dari sisi gaya hidup, orientasi dan juga kebudayaan. Namun dalam hal ini penyempitan dunia dapat di pahami dalam konteks institusi modernitas dan intensifikasi kesadaran dapat persepsikan dengan kemajuan buda yang lebih baik.

Saat ini perubahan besar sebenarnya di bawa pekerbangan internet, perkembangan internet banyak menimbulkan penemuan penemuan kan kemajuan baru. Seperti munculnya media sosial, berkembangnya media massa. Sedangkan masyarakat pada saat ini tidak bisa di pisahkan dengan internet, bahkan internet sudah menjadi salah satu kebutuhan pokok yang wajib terpenuhi. Maka dari itu

⁴⁷ McLuhan, Marshal. — *Understanding Media : The Extension of Man* London & NewYork : Gingko, I (Press.2003.) hal.108.

banyak aktifitas baru yang muncul akibat perubahan ini seperti, konten creator, selebgram, youtubers, tiktokers dan lain sebagainya. Mereka semua ini adalah orang-orang yang aktif atau bekerja sebagai penyedia tontonan atau konten yang ada pada media massa dan media sosial, mereka mempunyai peran penting dalam berubahnya pola pikir dan perubahan kebudayaan masyarakat pada saat ini. Jika melihat dari segi keuntungan ini adalah satu keuntungan dalam menyebarkan informasi terlebih dalam bidang dakwah. Para aktifis dakwah akan lebih mudah menyebarkan kebaikan dengan cara menjadi salah satu dari mereka.

Dengan adanya keuntungan semacam ini peneliti melihat suatu peran yang diambil oleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur, mereka adalah para aktifis dakwah yang berasal dari berbagai macam pondok Jawa Timur yang membentuk perkumpulan atau asosiasi yang bernama Pondok Media Jatim. Di sini mereka memanfaatkan kemajuan teknologi dalam mengembangkan dakwahnya, yaitu dengan menggunakan internet dan media sosial sebagai medianya. Selain itu mereka juga menggunakan strategi yang cukup inovatif dalam menarik perhatian dari masyarakat.

5. Teori Difusi Inovasi

Teori difusi inovasi muncul pada awal abad ke-20, tepatnya tahun 1903 oleh *Gabriel Tarde*. Kemudian terjadi perkembangan pada tahun 1940 dua orang sosiolog, oleh *Bryce Ryan* dan *Neal Gross*. Perkembangan selanjutnya pada tahun 1960 dimana studi penelitian difusi mulai dikaitkan dengan topik-topik yang kontemporer, seperti dalam bidang budaya, pemasaran dan sebagainya, sehingga muncullah tokoh-tokoh teori difusi inovasi *Everett M Rogers*. Yang beranggapan bahwa pada dasarnya, teori difusi inovasi menjelaskan proses bagaimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui media tertentu sepanjang waktu kepada anggota

kelompok dari suatu sistem sosial. *“Diffusion is the process by which an innovation is communicated through certain channels over time among the members of a social system.”*⁴⁸ Selaras dengan pemikiran *Rogers*, dalam proses difusi inovasi terdapat 4 (empat) elemen pokok, yaitu: inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu, dan sistem sosial.

Inovasi (misalnya gagasan, teknik baru, teknologi baru dan lain-lain) memencar atau menyebar dalam pola yang dapat diperkirakan. Beberapa orang akan mengadopsi atau menerima suatu inovasi begitu mereka mengetahuinya, sementara orang lain membutuhkan waktu lama untuk mencoba sesuatu yang baru sedangkan kelompok lainnya lagi membutuhkan waktu lebih lama untuk mencoba sesuatu yang baru, sedangkan kelompok lainnya lagi membutuhkan waktu yang lebih lama. Kebaruan inovasi tersebut diukur secara subjektif, menurut pandangan individu yang menangkapnya.

Terkait inovasi, Roger menemukan 5 ciri seperti yang ditangkap oleh penerimanya. Pertama keuntungan relatif dan inovasi itu sendiri, maka semakin dibayangkan orang inovasi itu akan dapat meningkatkan keuntungan relatif mereka atas situasi yang ada, semakin cenderung semakin segan orang menerimanya. Ketika menerima ide bahwa inovasi teknologi adalah faktor penting dalam perubahan sosial, maka penyebaran dan penerimaan inovasi adalah proses yang jelas penting untuk kita pelajari.

Usaha printis dalam studi tentang penerimaan atau penyebab inovasi ini dilakukan Roger dengan meresensi lebih dari 500 terbitan. Inovasi yang tercakup dalam studinya mulai dari obat-obatan baru, perkakas buatan tangan, program,

⁴⁸ Everett M Rogers, *Diffusions of Innovations*. 3rd Edition, (New York: The Free Press A Division of Macmillan Publishing Co, Inc, 1983), 5.

pendidikan baru, hingga bibit hasil persilangan. Dengan kata lain, seperti didefinisikan Roger, Inovasi adalah konsep yang luas maknanya. Inovasi adalah setiap ide yang dibayangkan sebagai sesuatu yang baru oleh seorang individu, ide itu mungkin sudah ada di tempat lain atau dikalangan orang lain, tetapi tidak dapat mengubah pengaruhnya terhadap individu yang menemukannya dan yang membayangkannya sebagai sesuatu yang baru. Menurut Roger, ada 4 unsur penting dalam proses penyebaran dan penerimaan inovasi.

- a. Inovasi,
- b. Saluran komunikasi,
- c. Sistem sosial tempat terjadinya proses penyebaran dan penerimaannya,
- d. Aspek waktu

Seperti dicatat di atas inovasi adalah setiap ide baru, jadi inovasi mungkin berupa sejenis mode, gerakan sosial, bentuk tari baru, pekasas baru, atau perkembangan teknologi. Sebagian besar bahasan Roger adalah mengenai teknologi, tetapi ia menekankan bahwa kita harus membatasi pengertian inovasi pada teknologi saja.

Saluran komunikasi merupakan alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber ke penerima. Untuk menyamakan persepsi, perlu diketahui definisi komunikasi menurut Rogers⁴⁹ yaitu *“as the process by which participants create and share information with one another to reach mutual understanding”*, atau suatu proses di mana orang yang terlibat di dalamnya menciptakan dan berbagi informasi satu sama lain agar terdapat penyamaan persepsi. Hal yang terpenting dalam difusi

⁴⁹ Everett M Rogers, *Diffusions of Innovations*. 3rd Edition, (New York: The Free Press A Division of Macmillan Publishing Co, Inc, 1983), 17.

adalah adanya pertukaran informasi antara satu orang dengan lainnya atau lebih untuk mengomunikasikan ide baru tersebut.

Saluran komunikasi yang digunakan akan sangat berpengaruh terhadap seberapa besar efek dari pertukaran informasi tersebut sehingga diperlukan ketepatan dalam memilih atau menggunakannya. Kondisi kedua belah pihak yang akan bertukar informasi pun perlu diperhatikan karena memengaruhi keefektifan penyampaian pesan. Menurut Rogers ada dua saluran komunikasi yang dapat digunakan, yaitu media massa dan interpersonal.

Waktu merupakan pertimbangan yang penting dalam proses difusi. Dimensi waktu terdapat dalam (1) proses pengambilan keputusan inovasi, (2) relatif lebih lambat atau lebih lambatnnya seseorang dalam menerima inovasi, dan (3) kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial. Pengambilan keputusan inovasi adalah proses mental sejak individu mulai mengenal suatu inovasi sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya, dan pengukuhan terhadap keputusan itu. Adopsi adalah keputusan untuk menggunakan sepenuhnya ide baru sebagai cara bertindak yang paling baik. Masa pengambilan keputusan inovasi adalah jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan seluruh proses pengambilan keputusan inovasi.

Rogers dan beberapa peneliti difusi lainnya menjelaskan adanya lima tipe masyarakat dalam mengadopsi inovasi, yaitu: inovator, penerima awal, mayoritas awal, mayoritas terlambat, dan kelompok tertinggal.⁵⁰

Inovator (Innovators). Inovator adalah individu yang secara aktif mencari informasi mengenai ide baru. Mereka memiliki tingkat yang cukup tinggi terpapar oleh media massa dan memiliki jaringan yang luas hingga di luar lokal sistem mereka. Menjadi seorang inovator memiliki beberapa syarat. Pengadopsi Awal

⁵⁰ Merissan, M.A. dkk, Teori Komunikasi Massa, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 141-142.

(Early Adopters). Pengadopsi awal ini biasanya lebih berbaur dengan anggota sistem sosial lainnya dibandingkan para inovator. Pengadopsi kategori ini memiliki peran sebagai pemuka pendapat dalam sistemnya. Mayoritas Awal (Early Majority). Kelompok ini mengadopsi ide sebelum rata-rata anggota sistem lain mengadopsinya. Mereka memiliki interaksi yang kuat dalam lingkungannya, tetapi jarang memegang peranan sebagai pemuka pendapat. Mereka berada di posisi yang unik, yaitu berada di antara pengadopsi awal dan pengadopsi akhir sehingga menjadi jembatan bagi keduanya dalam proses difusi.

Mayoritas Akhir (Late Majority). Kelompok pengadopsi akhir ini mengadopsi sebuah inovasi setelah rata-rata anggota kelompok mengadopsinya. Hal inipun biasanya dikarenakan kebutuhan ekonomi atau tekanan dari lingkungannya. Mereka memandang inovasi dengan lebih skeptis dan berhati-hati sehingga mereka baru akan mengadopsinya setelah sebagian besar sistem telah melakukannya. Kelompok terlambat (Laggards), kelompok ini adalah yang paling terakhir dalam mengadopsi sebuah inovasi. Penolakan kelompok ini mungkin diakibatkan cara berpikir mereka yang masih berorientasi pada masa lalu dan memiliki sedikit sumber informasi sehingga harus memastikan sebelum mereka mengadopsinya, ide baru atau inovasi tersebut tidak akan gagal. Sistem sosial adalah kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama. Difusi terjadi dalam suatu sistem sosial. Struktur dari sistem sosial tersebut akan berpengaruh pada difusi inovasi dan juga hal lain yaitu norma, peran dari tokoh masyarakat dan agen perubahan, tipe dari keputusan inovasi, dan konsekuensi dari inovasi itu sendiri. Hal-hal tersebut diatas

melibatkan hubungan antara sistem sosial dan proses difusi yang terjadi di dalamnya.⁵¹

Asumsi bahwa sedikitnya ada 5 tahap dalam suatu proses difusi inovasi yaitu: pertama, pengetahuan, kesadaran individu akan adanya inovasi dan adanya pemahaman tertentu tentang bagaimana inovasi tersebut berfungsi. Kedua, persuasi: individu membentuk atau memiliki sifat yang menyetujui atau tidak menyetujui inovasi tersebut. Ketiga, keputusan: individu terlibat dalam aktivitas yang membawa pada suatu pilihan untuk mengadopsi inovasi tersebut. Keempat, pelaksanaan: individu melaksanakan keputusannya itu sesuai dengan pilihan-pilihannya. Kelima, konfirmasi: individu akan mencari pendapat yang menguatkan keputusan yang diambilnya, namun dia dapat berubah dari keputusan yang telah diambil sebelumnya jika pesan-pesan mengenai inovasi yang diterimanya berlawanan satu dengan lainnya. Bahwa teori ini mencakup sejumlah gagasan mengenai proses difusi inovasi sebagai berikut:

Pertama, Teori ini membedakan tiga tahapan utama dari keseluruhan proses ke dalam tahapan anteseden, proses, dan konsekuensi. Tahapan pertama mengacu pada situasi atau karakteristik dari orang yang terlibat yang memungkinkan untuk diterpa informasi tentang suatu inovasi dan relevansi informasi tersebut terhadap kebutuhan-kebutuhannya. Misalnya adopsi, inovasi biasanya lebih mudah terjadi pada mereka yang terbuka terhadap perubahan. Menghargai kebutuhan akan informasi, dan selalu mencari informasi baru, Tahapan kedua berkaitan dengan proses mempelajari perubahan sikap, dan keputusan. Disini nilai inovatif yang dirasakan akan memainkan peran penting. Demikian, pula dengan norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam sistem sosialnya.

⁵¹ Everett M Rogers, Diffusions of Innovations. 3rd Edition, 20.

Kedua, perlu dipisahkannya fungsi-fungsi yang berbeda dari pengetahuan persuasi, keputusan dan konfirmasi yang biasanya terjadi dalam tahapan proses meskipun tahapan tersebut tidak harus selesai sepenuhnya/ lengkap. Dalam hal ini proses komunikasi lainnya juga dapat diterapkan misalnya beberapa karakteristik yang berhubungan dengan tingkat persuasi. Orang yang tahu lebih awal tidak harus para pemuka berpendapat beberapa penelitian menunjukkan bahwa “ tahu lebih awal atau tahu belakangan/ tertinggal. Berkaitan dengan tingkat sosial – sosial tertentu jadi kurangnya integrasi sosial seseorang dapat dihubungkan dengan kemajuannya atau ketinggalannya dalam masyarakat.

Ketiga, difusi inovasi biasanya melibatkan berbagai sumber komunikasi yang berbeda (media massa, advertensi, atau promosi, penyuluhan atau kontak- kontak sosial yang informal) dan efektivitas sumber –sumber tersebut akan berbeda pada tiap tahap, serta untuk fungsi yang berbeda pula. Jadi media massa dan advertensi dapat berperan dalam menciptakan kesadaran dan pengetahuan, penyuluhan berguna untuk memersuasi, pengaruh antar pribadi berfungsi bagi keputusan untuk menerima atau menolak inovasi dan pengalaman dalam menggunakan inovasi dapat menjadi sumber konfirmasi untuk menerapkan inovasi atau sebaliknya.

Keempat, teori ini melihat adanya variabel-variabel penerima yang berfungsi pada tahap pertama (pengetahuan) karena diperolehnya pengetahuan akan di pengaruhi oleh kepribadian atau karakteristik sosial. Meskipun demikian, setidaknya sejumlah variabel penerima akan berpengaruh pula dalam tahap-tahap berikutnya dalam proses difusi, inovasi. Ini terjadi juga dengan variabel-variabel sistem sosial yang berperan terutama pada tahap awal (pengetahuan) dan tahap berikutnya.⁵² Teori difusi inovasi dianggap cocok untuk menganalisa strategi

komunikasi dakwah pondok pesantren. Oleh karenanya, teori difusi inovasi diikutkan sebagai pisau analisis dalam penelitian ini.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan dan memaparkan terkait dengan penelusuran terhadap hasil penelitian terdahulu. Kajian kepustakaan ini dimaksudkan untuk memastikan aktualitas dan kekhasan dari penelitian. Pada akhirnya, atas dasar hasil penelusuran ini, maka peneliti dapat memastikan bahwa penelitian yang diambil adalah khas, baru, aktual, dan belum pernah diteliti sebelumnya.

Terdapat sejumlah penelitian dan kajian berupa disertasi, tesis, dan artikel jurnal terkait dengan topik penelitian yang akan diteliti. Beberapa penelitian tersebut akan diklasifikasikan ke dalam empat kajian, yakni (1) dakwah di era industri (2) dakwah di media sosial (3) satrategi dan proses dakwah (4) tantangan dan hambatan dakwah

Pertama, penelitian dengan judul “*Dakwah Islam di Era Revolusi Industri 4.0*”.⁵³ Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati untuk diarahkan ada latar belakang dan secara komprehensif. Sedangkan jenis penelitian yaitu analisis teks atau analysis conten.yakni menganalisis sub focus dalam penelitian ini dari hasil orientasi bacaan, ekprolarsi sub bahasan hingga pada analisis isi secara holistic dari yang diamati. Karena Penelitian ini mengkaji tentang fenomena dakwah di era revolusi industri 4.0 merupakan salah satu tantangan yang disebabkan oleh perubahan budaya.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah focus penelitiannya yaitu tentang Strategi dakwah Asosiasi Media pondok Jawa timur di media sosial dan apa hambatan dan tentangan dakwah Asosiasi Media Pondok

⁵³ Anton Widodo, -*Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0*-,| *khobar* 1, no. 1 (2019).

Jawa Timur di media sosial. Dan juga dalam penelitian yang sedang dilakukan menggunakan dakwah dengan konsep pondok-pondok pesantren. Sedangkan penelitian terdahulu mengkaji konsep dakwah dari pengamatan dakwah – dakwah random di era industri 4.0.

Kedua, penelitian ini berjudul "*Rejuvenasi Paradigma Dakwah Di Era 4.0*".⁵⁴

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan. Menurut Mardelis metode kepustakaan atau library reasearch merupakan penelitian yang menggunakan telaah dan kajian kepustakaan atau konsep-konsep teoritis. Ini dilakukan dengan cara menganalisis konsep-konsep, referensi atau sumber yang berkaitan dengan gagasan dan permasalahan yang diangkat dalam tulisan. Selanjutnya hasil dari telaah terhadap konsep hasil bacaan dianalisis, diambil inti sarinya dan dilakukan proses reduksi hasil pengkajian referensi data dan mengkorelasikannya dengan gagasan dan konsep dari referensi. Didalam penelitian ini menemukan bahwasanya perkembangan teknologi banyak mengubah berbagai segi kehidupan masyarakat mulai dari segi ekonomi, politik, budaya, agama, edialogi, dll. dengan ini maka peluang dan tantangan dakwah yang muncul di era revolusi industri 4.0, sangatlah banyak dan sangat berpotensi. Maka dari itu mengharuskan para aktivis dakwah untuk berinovasi dalam berdakwah dengan menggunakan kmajuan tecknologi di era industri 4.0, karena dakwah yang dilakukan akan lebih efecktif dan lebih efesien.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah Objeck penelitian tentang Asosiasi Media Pondok Jawa Timur , kemudian metode penelitiannya menggunakan metode kualitatif deskriptif, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode studi kepustakaan. Kemudian konsep dakwah yang

⁵⁴ Mohammad Darwis, -*Rejuvenasi Paradigma Dakwah Di Era 4.0*, Volume 5, Nomor 1, Februari.- (2019).

diteliti penelitian yang sedang dilakukan menggunakan konsep dakwah pondok pesantren di media sosial, sedangkan pada penelitian terdahulu menggunakan konsep dakwah di era perkembangan teknologi mengambil dari literatur – literatur kepustakaan. kesamaanya adalah dakwah dalam perkembangan teknologi dalam berdakwah di era industri 4.0.

Ketiga, penelitian ini berjudul "*Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0*".⁵⁵ Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan atau *library reasearch* yaitu yang mengguakan kajian konsep konsep untuk menganalisis gagasan atau konsep dari permasalahan yang di angkat, kemudian hasil bacaan di analisis dan di ambil intinya kemudia di korelasikan dengan refrensi refrensi yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pentingnya sebuah komunikasi dakwah dalam era industri 4.0, komunikasi dakwah harus berkembang mengikuti teknologi informasi yang berkembang untuk menyampaikan pesan dakwah di tengah-tengah perubahan budaya baru yang timbul di era industri 4.0.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah Object penelitian tentang Asosiasi media pondok jatim sedangkan penelitian terdahulu objectnya sebuah kajian literatur tentang dakwah di era industri 4.0, kemudian fokus penelitiannya, dan juga pada metode penelitiannya, penelitian yang sedang dilakukan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif kemudia penelitian terdahulu menggunakan kajian metode kepustakaan. Untuk persamaanya adalah sama membahas tentang dakwah dengan kemajuan teknologi di era industri 4.0.

Keempat, penelitian berjudul "*Desain Dakwah di Media Sosial Ustadz Teuku Hanan Attaki Melalui "Shift" Pemuda Hijrah (Dalam Tinjauan Teori Integrasi*

⁵⁵ Rini Fitria, "Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0", jurnal Dawuh Vol.1| No.1, Maret (2020).

Informasi Martin Feishbein).⁵⁶ Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi media, yang teknik pengumpulan datanya melalui dua cara yaitu online dan offline. Untuk menganalisa temuan data tersebut, penulis menggunakan Teori Integrasi Informasi oleh Martin Feishbein yang berasumsi bahwa semua informasi memiliki kekuatan untuk mempengaruhi sikap seseorang. Berdasarkan penelitian ini juga ditemukan hasil penelitian bahwa desain dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki adalah sebuah rancangan dakwah yang bersumber dari integrasi informasi antara pemikirannya dengan Shift. Sehingga informasi yang disampaikan melalui media sosial memiliki kekuatan potensial untuk mempengaruhi seseorang agar memiliki sikap tertentu.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah Object penelitian tentang Asosiasi media pondok jatim sedangkan penelitian terdahulu tentang dakwah Hanan Attaki di media sosial. Kemudian metode penelitiannya penelitian yang sedang di teliti menggunakan metode kualitatif deskriptif namun penelitian terdahulu menggunakan metode pendekatan etnografi media. Persamaannya adalah sama - sama menggunakan media sosial dalam berdakwah, kemudian untuk fokusnya sama sama membahas strategi dakwahnya.

Kelima, penelitian ini berjudul "*Dakwah di Tengah Industrialisasi Media*".⁵⁷ Dalam penelitian ini peneliti berfokus kepada pembahasan bagaimana posisi dakwah yang berada di tengah-tengah industrialisasi media dan bagaimana dakwah harus tetap berlangsung. peneliti menemukan anggapan bahwasanya konten agama yang ada pada industri media hanya seolah olah mengutamakan hiburan dan rating akan tetapi mengabaikan unsur dakwah yang penting ini. Maka seharusnya dakwah menjadi salah

⁵⁶ Ulil Azmil Umroh, —*Desain Dakwah Di Media Sosial Ustadz Teuku Hanan Attaki Melalui _SHIFT_ Pemuda Hijrah* (Dalam Tinjauan Teori Integrasi Informasi Martin Feishbein)| (Tesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), v.

⁵⁷ Ropingi El-Ishaq, *Dakwah di Tengah Industrialisasi Media*, Volume 03, Nomor 01, Juni (2013).

satu konten yang diutamakan di industrialisasi media baik secara konsep konten sampai pada dai yang menyampaikan pesan harus dipikirkan secara matang. Sehingga pesan pesan baik dakwah benar – benar tersampaikan.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah Objek penelitian tentang Asosiasi media pondok jatim sedangkan penelitian terdahulu tentang inovasi dakwah di era industrialisasi media. Kemudian pada fokus penelitiannya penelitian yang sedang di lakukan berfokus pada strategi dakwah dan hambatan dan tantangan dakwah asosiasi media pondok jawa timur di media sosial kemudia penelitian terdahuu adalah mengenai metode yang di gunakan dalam dakwah di industrialisasi media. Persamaanya adalah sama – sama membahas dakwah di era perkembangan teknologi.

Keenam, penelitian ini berjudul “ *Youtube: Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran* ”.⁵⁸ Penelitian ini menjelaskan dan memaparkan tentang media youtube yang menjadi sarana yang efektif dalam hal komunikasi dakwah dan dalam media pembelajaran dalam dunia pendidikan. Penelitian ini menemukan bahwasanya youtube adalah media yang paling diminati masyarakat dan mempunyai jumlah pengguna dan penonton paling banyak. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian ini bersifat *ongoing* dan bukan *fixed*, naratif dan berujung pada interpretasi data.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah Objek penelitian tentang dakwah Asosiasi media pondok jatim di media sosial sedangkan penelitian terdahulu objeknya adalah youtube yang di jadikan sebagai media pembelajaran, kemudian pada konsep penelitia dalam penelitian yang sedang dilakukan

⁵⁸ Cahyono Guntur, Nibros Hassani, “*Youtube: Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran*” , AL-HIKMAH: Jurnal Dakwah, Volume13, no 1,(2019).

menggunakan konsep dakwah di media sosial. Kemudian di penelitian ini hanya membahas youtube sebagai media pembelajaran. Untuk persamaanya sama – sama menggunakan media sosial sebagai media dalam menyampaikan pesan.

Ketuju, penelitian ini berjudul “ *Manajemen Dakwah Media Sosial: Telaah Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam* ”⁵⁹. penelitian ini membahas mengenai manajemen dakwah di media sosial. Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwasanya dakwah di era modern harus menggunakan metode yang fariatif atau banyak varian, karena pada posisi ini seorang mad’u bebas memilih sesuai dengan konten yang mad’u suka, inilah yang menjadi PR dari Da’i masa kini supaya pesan bisa efektif tersampaikan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan instrumen penelitian kepustakaan dan data yang di peroleh di analisis secara kualitatif.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah Objek penelitian tentang dakwah Asosiasi media pondok jatim di media sosial sedangkan penelitian terdahulu objeknya kajian kepustakaan yang membahas mengenai metode dakwah islam di era modern. Kemudian metode penelitiannya metode penelitian yang sedang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode kepustakaan. persamaanya adalah sama sama membahas mengenai strategi dan metode dakwah dan perkembanganya.

Kedelapan, “ *Digitalisasi Dakwah Di Era Disrupsi Analisis Urgensi Dakwah Islam Melalui New Media Di Tatar Sunda* ”.⁶⁰ Penelitian ini membahas lebih mengenai

⁵⁹ Sadly Effendi, “*Manajemen Dakwah Media Sosial: Telaah Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam* “, *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB)*, Vol.3, No.2, November (2018).

⁶⁰ Muhtadi Asep S, Ujang Saefullah, Imron Rosyidi, Dadan Anugrah *Digitalisasi Dakwah Di Era Disrupsi Analisis Urgensi Dakwah Islam Melalui New Media Di Tatar Sunda. global research on coronavirus disease (COVID19)*.

kepada transformasi dakwah pada era pandemi di tatar sunda, yang berfokus pada dakwah di era disrupsi atau industri 4.0, menjadi alternatif paling efektif untuk melakukan dakwah di era Pandemi dan di era disrupsi. Penelitian ini juga membahas mengenai segmentasi dakwah digital di era pandemi dan disrupsi yang di tinjau dari pendekatan etnografi media.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah Objek penelitian tentang dakwah Asosiasi media pondok jatim di media sosial sedangkan penelitian terdahulu objeknya adalah Urgensi dakwah islam di new media di tatar sunda. Kemudian pada konsep dakwahnya, konsep dakwah penelitian yang sedang dilakukan menggunakan konsep dakwah di pondok pesantren sedangkan penelitian terdahulu menggunakan urgensi dakwah di new media. Untuk persamaannya adalah sama – sama menggunakan new media dalam dakwahnya yaitu media sosial.

kesembilan, penelitian ini berjudul “ *Like Islam Project, Strategi Dakwah Masa Kini* ”⁶¹. Penelitian menemukan bahwasanya strategi dakwah yang digunakan oleh *like islam project* adalah dengan menggunakan *product merchandise* yang bertuliskan quote-quote islam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptis, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan pemilik home industri *like islam project* dan juga pelanggan dari *like islam project*.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah Objek penelitian tentang dakwah Asosiasi media pondok jatim di media sosial sedangkan penelitian terdahulu objeknya sebuah *product merchandise* dengan quote – quote islam. Kemudian pada fokus penelitian dan konsep dakwahnya lakukan berfokus pada strategi dakwah dan hambatan dan tantangan dakwah asosiasi media pondok jawa

⁶¹ Yasya Syahida Moeniri, "Like Islam Project, Strategi Dakwah Masa Kini", *Dirosat*, Vol. 2, No. 1, (2017).

timur di media sosial kemudia penelitian terdahulu fokus pada metode quote – quote islam di product merchandise yang di jual. Untuk persamaanya adalah pembahasannya mengenai inovasi dalam berdakwahnya. Yaitu menggunakan metode quote – quote.

Kesepuluh, penelitian menggunakan “ *Strategi Dakwah Islam Melalui Media Massa (Televisi) Di Indonesia* ”⁶². Penelitian ini adalah menemukan bahwasanya televisi bisa menjadi sebuah alat yang menghegemoni sikap, dan opini publick melalui tayangan acara yang disiarkan. Televisi sebagai media massa yang memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap dan kehidupan khlayak. Dengan demikian maka maka televisi adalah media yang efektif dalam berdakwah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah Objek penelitian tentang dakwah Asosiasi media pondok jatim di media sosial sedangkan penelitian terdahulu objeknya dakwah media massa di televisi. Kemudian pada konsep berdakwah penelitian yang sedang dilakukan menggunakan media sosial sebagai media dakwah kemudian penelitian terdahulu menggunakan media televisi dalam media dakwahnya. untuk persamaannya adalah sama – sama membahas tentang strategi dakwah yang di gunakan dalam berdakwahnya.

Kesebelas, “*Strategi Komunikasi Islam Felix Siauw Di Instagram*”⁶³. Pada penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi islam dalam berdakwah dengan menggunakan isntagram pada penelitian menemukan bahwasanya instagram adalah media yang efektif dalam berdakwah di era milenial yang menyasar anak-anak muda pada saat ini. Instagram mempunyai fitur dan efek efek yang cukup bagus dalam menarik perhatian anak-anak muda milenial yang menjadi sasaran dakwah ustad Felix

⁶² Kurniawan Febri, Khoirul Anwar, “*Strategi Dakwah Islam Melalui Media Massa (Televisi) Di Indonesia*”, Jurnal At-Ittishol, Vol.1 No.1 Januari (2020).

⁶³ Khairina Ulfa, “*Strategi Komunikasi Islam Felix Siauw Di Instagram*”, jurnal Peurawi, Vol.3, No.2, Tahun 2020.

siauw dan juga usatad felix siauw mengangkat atau membahas permasalahan dari sudut pandang anak muda ini yang membuat anak muda semakin tertarik dengan dakwah ustad felix siauw. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tecknik penjabaran deskripsi kualitatif dan dalam pengumpulan data menggunakan observasi dan dokumentasi.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah Objek penelitian tentang dakwah Asosiasi media pondok jatim di media sosial sedangkan penelitian terdahulu objeknya adalah tentang komunikasi islam Felik Siauw. Kemudian juga pada konsep dakwahnya pada penelitian yang sedang dilakukan yaitu membahas tentang strategi dakwah di media sosial lebih luas kemudian dakwah terdahulu lebih membahas mengenai strategi komunikasi islam hanya di instagram. Untuk persamaanya sama – sama mebahas startegi dakwah dan sama sama menggunakan media sosial instagram dalam dakwahnya.

Keduabelas, judul penelitian ini adalah "*Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*".⁶⁴ penelitian ini membahas focus penelitian tentang Dakwah di Era Media Baru. Kehadiran Internet dengan karakteristik interaktivitas dan konektivitasnya, menjadikan sebuah paradigma baru dalam berdakwah. Da'i tidak lagi menjadi faktor utama dari diterimanya pesan-pesan dakwah secara maksimal oleh mad'u (objek dakwah) karena dalam masyarakat jejaring, mad'u tidak hanya menerima pesan-pesan dakwah secara pasif, mereka justru secara aktif mengolah dan memaknai pesanpesan yang mereka terima serta membagikan kembali dalam media sosial yang dimilikinya. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang dakwah, tantangan terletak bagaimana

⁶⁴ Efa Rubawati, *Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*, Jurnal Studi Komunikasi, Vol 2, 1, Maret (2018).

pesan-pesan dakwah tidak tereduksi oleh logika media serta pemahaman dari perima pesan dakwah. Namun peluang tersampainya pesan-pesan dakwah secara cepat dan luas membuat media baru menjadi media yang efektif dalam aktivitas dakwah masa kini.

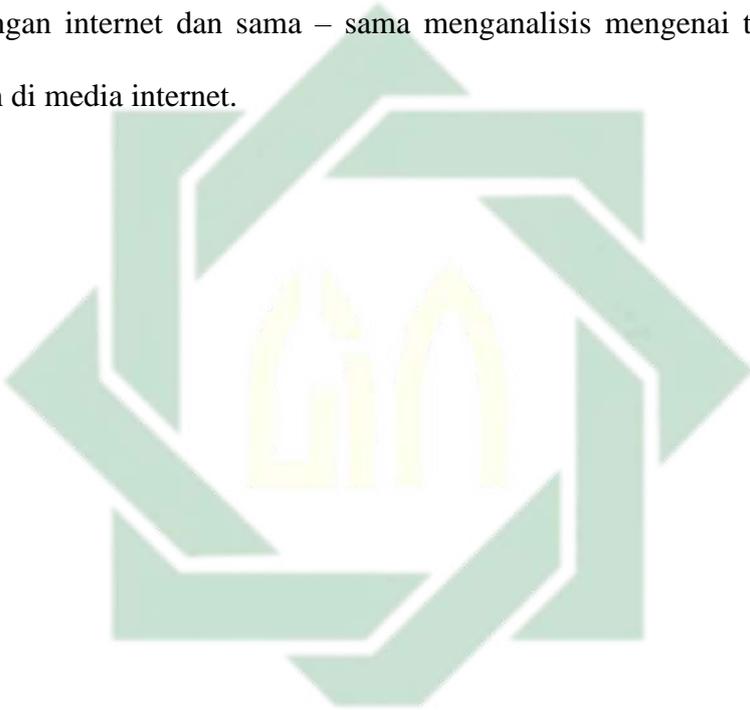
Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah Objek penelitian tentang dakwah Asosiasi media pondok jatim di media sosial sedangkan penelitian terdahulu objeknya adalah dakwah di media baru. Kemudian untuk konsep dakwahnya untuk penelitian yang sedang dilakukan membahas tentang strategi dan hambatan dan tantangan dakwah pesantren di media sosial sedangkan penelitian terdahulu membahas tantangan dan peluang dakwah secara umum di new media. Untuk persamaanya adalah sama – sama membahas mengenai tantangan dakwah di new media sosial atau media sosial.

Ketigabelas, penelitian ini berjudul “*Pengembangan Strategi” Dakwah Melalui Media Internet (Peluang Dan Tantangan)*”⁶⁵. Pada penelitian ini membahas bagaimana dakwah berkembang dengan melalui internet dan juga peluang dan tantangan dakwah di media internet, pada penelitian ini menemukan bahwasanya dengan kemajuan media internet banyak memunculkan banyak perubahan yang membuat munculnya peluang dalam berdakwah dan juga sebaliknya membuat tantangan juga semakin muncul karena bukan hanya dakwah yang berkembang akan tetapi pola kehidupan manusia juga ikut berkembang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi media, yang teknik pengumpulan datanya melalui dua cara yaitu online dan offline.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang sedang dilakukan

⁶⁵ Sirajuddin Murniaty, “*Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang Dan Tantangan)*”, Al-Irsyad Al-Nafs, Vol.1, No.1, Des (2014).

adalah Objek penelitian tentang dakwah Asosiasi media pondok jatim di media sosial sedangkan penelitian terdahulu objeknya adalah pengembangan dakwah di internet. Kemudian untuk metode penelitiannya penelitian yang sedang di lakukan menggunakan metode penelitian ualitatif deskriptif sedangkan penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif pendekatan etnografi media. Kemudian persamaan kedua penelitian ini adalah sama – sama membahas mengenai strategi dakwah di perkembangan internet dan sama – sama menganalisis mengenai tantangan dalam berdakwah di media internet.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

SAJIAN DATA PENELITIAN

A. Profil Media Pondok Media Pondok Jawa Timur

1. Sejarah Media Pondok Jawa Timur

Media Pondok Jawa Timur adalah sebuah Asosiasi (perkumpulan) dari beberapa pondok pesantren di Jawa Timur dengan tujuan untuk mengembangkan dakwah pondok pesantren di tengah tengah perkembangan teknologi. Media Pondok Jawa Timur Lahir pada tanggal 27 Februari 2020. Ada beberapa pondok pesantren yang menggagas ide sehingga muncullah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur ini: Media Ponpes Sidogiri, Media Ponpes Sabiilurasyad Gasek, Al-Falah Ploso, Media Ponpes Lirboyo, Media Ponpes Zainul Hasan Genggong, Darussalam Blokagung, Menara Al-Fattah Tulungagung, dan Media Ponpes Langitan.

Asosiasi media pondok jatim ini lahir dari keresahan-keresahan beberapa para pengurus media pondok pesantren di jawa timur: di tengah perkembangan digital yang berkembang dengan pesat, pondok pesantren justru kurang mampu dalam untuk mendigitalisasi dakwah atau membawa dakwah pesantren ke perkembangan teknologi. Asosiasi ini bertekat untuk bahu membahu saling bersinergi seluruh pondok pesantren di Jawa Timur. Agar seluruhnya bisa meningkatkan kemampuan dakwah pesantren ke perkembangan teknologi, lewat media sosial.⁶⁶

⁶⁶ Dokumen Hasil Penelitian. 25 Desember 2021.

2. Visi dan Misi Media Pondok Jawa Timur

a. Visi Media Pondok Jawa Timur

- Memperkenalkan dan mengembangkan digitalisasi media dakwah pondok pesantren se-Jawa Timur berdasar ahlussunnah wal jamaah an-nahdliyah.

b. Misi Media Pondok Jawa Timur

- Mengembangkan profesionalitas media pondok pesantren dalam berdakwah.
- Mendigitalisasi dakwah pondok pesantren.
- Menyajikan konten yang sejuk dan rahmatan lil ‘alamin.
- Mempermudah masyarakat umum mengenal pesantren Nahdlatul Ulama.
- Menyajikan referensi ibadah ala aswaja.
- Menjadi pusat media dakwah dan komunikasi antar pondok pesantren.

3. Struktur Media Pondok Jawa Timur

Pembina : **KH MARZUQI MUSTAMAR**

Ketua Umum : Media Pondok Pesantren Sabilur Rosyad Gasek Malang

Wakil Ketua : Media Pondok Pesantren Al Falah Ploso Kediri

Sekretaris Jendral : Media PP. Salaf Modern Banin Banat Al Muhtadi-ien Kediri

Bendahara Umum : Media Pondok Al Ittihad Tumpang Malang

Divisi Konten : **Media Pondok Pesantren Fathul Ulum Kwagean**

(KADIV)

- Media Pondok Pesantren Ngalah Pasuruan
- Media Pondok Pesantren Bumi Sholawat Sidoarjo
- Media Pondok Pesantren Nurul Islam Sumenep Madura

- Media PP. Salaf Modern Banin Banat Al Muftadi-ien

Divisi Event : **Media Pondok Pesantren Langitan Widang Tuban**

(KADIV)

- Media Pondok Pesantren Mahrusiyah Lirboyo Kediri
- Media Pondok Pesantren Fathul Ulum Pacet Mojokerto
- Media Pondok Pesantren Al Falah Ploso Kediri

Divisi Pesantren : **Media Pondok Pesantren Lirboyo Kediri**

(KADIV)

- Media Pondok Pesantren Menara Al Fattah Tulungagung
- Media Pondok Pesantren Al Badrul Falah Ploso Kediri
- Media Pondok Pesantren Al Lathifiyah II Bahrul Ulum Tambakberas Jombang

Divisi Ekonomi & Bisnis : **Media Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan**

(KADIV)

- Media Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong Probolinggo
- Media Pondok Pesantren Al Ittihad Tumpang Malang
- Media Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek
- Media PP. Mamba'ul Khoiriyatil Islamiyah Jember.⁶⁷

4. Sistem dan Daftar Anggota Media Pondok Jawa Timur

Asosiasi Media Pondok Jawa Timur pertama didirikan merupakan sebuah Asosiasi yang bergerak dalam bidang dakwah digital atau dakwah di era kemajuan teknologi. Asosiasi Media Pondok Jawa Timur ini adalah wadah untuk mengembangkan dakwah pesantren ke media sosial atau internet. Dakwah

⁶⁷ Dokumen Hasil Penelitian. 25 Desember 2021.

pesantren yang di kumandangkan adalah dakwah pesantren yang berbasis Ahlusunnah Waljamaah versi Nahdatul Ulama, karena Asosiasi ini di bina langsung oleh Kyai Haji Marzuqi Mustamar, M.Ag. Pimpinan Pondok Pesantren Sabilul Rosyad, Gasek, Malang, Jawa Timur. Beliau juga menjabat sebagai ketua Tanfidziyah Pengurus Wilayah Nahdatul Ulama (PWNU) Jawa Timur priode 2018-2023.

Asosiasi ini adalah solusi terbaik untuk pondok pondok yang masih tertinggal dalam hal kemajuan teknologi. Asosiasi ini gotong royong dalam mengembangkan dakwah pesantren di era industri 4.0. atau di era kemajuan teknologi. Adapun daftar anggota dari Media Pondok Jawa Timur adalah:⁶⁸

No.	Nama Pondok Pesantren	Alamat
1.	Pondok Pesantren Sabilur Rosyad	Gasek Malang
2.	Pondok Pesantren Al Falah	Ploso Kediri
3.	PP. Salaf Modern Banin Banat Al Muftadi-ien	Kediri
4.	Pondok Al Ittihad	Tumpang Malang
5.	Pondok Pesantren Ngalah	Pasuruan
6.	Pondok Pesantren Bumi Sholawat	Sidoarjo
7.	Pondok Pesantren Nurul Islam	Sumenep Madura
8.	Pondok Pesantren Mahrusiyah Lirboyo	Kediri
9.	Pondok Pesantren Fathul Ulum	Pacet Mojokerto
10.	Pondok Pesantren Menara Al Fattah	Tulungagung
11.	Pondok Pesantren Al Badrul Falah	Ploso Kediri

⁶⁸ Dokumen Hasil Penelitian. 25 Desember 2021.

12.	Pesantren Al Lathifiyah II Bahrul Ulum	Tambakberas Jombang
13.	Pondok Pesantren Zainul Hasan Genggong	Probolinggo
14.	PP. Mamba'ul Khoiriyatil Islamiyah	Jember
15.	Fathul Ulum Kwagean	Kediri
16.	Pp. Sunan Kalijogo Jabung	Malang
17.	Pondok Pesantren Darut Taqwa	Mojokerto
18.	Pondok Pesantren Roudlotun Nasyiin	Mojokerto
19.	Pondok Pesantren Anwarul Huda Malang	Karangbesuki Sukun Kota Malang
20.	Pondok Pesantren Darul Karomah Mandaran Rejo	Kota Pasuruan
21.	Pondok Pesantren Nurul Islam	Mojokerto
22.	Pondok pesantren al huda	Ploso-Nganjuk
23.	Ma'had Dar Al Hikmah	Malang
24.	Pondok Pesantren Hidayatut Thullab	Kediri
25.	Pondok Pesantren NGALAH	Pasuruan
26.	PP Al Hidayah As Shomadiyah	Pasuruan
27.	Salafiyah	Pasuruan
28.	Pp Tabassam Al Falah	Ploso mojo kediri
29.	PP. Mukhtar Syafa'at	Banyuwangi

30.	Pondok Pesantren Manbaul Ulum	Bondowoso
31.	PP. Darul Falah	Mojokerto
32.	Mamba'ul Hikam	Blitar
33.	Rumah Tahfidz Al-Mulk	Jember
34.	Pondok Pesantren Terpadu Al Kamal	Blitar
35.	Pondok Pesantren Nurul Abror Al- Robbaniyin	Banyuwangi
36.	Pondok Pesantren Darul Karomah Gunung Jati	Pasuruan
37.	PP. Darul Falah Jerukmakan	Mojokerto
38.	Pondok Pesantren Al-Multazam	Mojokerto
39.	Pon Pes Mamba'ul Hikmah	Mojokerto
40.	Pp Apis	Blitar
41.	Pondok Pesantren Ulul Albab	Lumajang
42.	Pondok Pesantren Mansyaul Ulum	Gondanglegi Malang
43.	PPSQ Sholahul Huda Al Mujahidin	Malang
44.	Pondok Pesantren Tahfidhul Qur'an Sunan Giri Surabaya	Surabaya
45.	PP. Ittihadul Ummah	Ponorogo
46.	Pondok Pesantren Al-Ittihad	Malang
47.	Perguruan islam Pondok Tremas	Pacitan
48.	Ponpes Sabilul Muttaqin Pungging	Mojokerto
49.	Pondok Pesantren Majma'al Bahrain	Mojokerto

	(Al Maaba)	
50.	Pondok Pesantren Al-Khoirot Malang	Malang
51.	Pondok Pesantren Hidayatut Thullab (Pondok Tengah)	Trenggalek
52.	Pondok Pesantren Terpadu Al- Yasini Pasuruan	Pasuruan
53.	Pondok Pesantren Putra-Putri Darissulaimaniyyah	Trenggalek
54.	Pondok Pesantren Salaf Tahshilul Murodi	Lamongan
55.	Ponpes Roudlotun Nasyiin	Mojokerto
56.	Pondok Pesantren Babussalam	Jombang
57.	Pondok Pesantren Bait At Taqwa - Pondok Gubug	Trenggalek
58.	Pondok Pesantren Assalafi Al Flthrah	Surabaya
59.	PP. AL ISHLAH AS SUYUTHI	Kediri
60.	HIDAYATUT THULLAB	Trenggalek
61.	Pondok Pesantren Al-Multazam 2	Mojokerto
62.	Pesantren Kampus "Ainul Yaqin" Universitas Islam Malang	Malang
63.	Darussalam Sumbersari	kencong kepung kediri
64.	Pon. Pes. Al-Ishlahiyyah Mayan	Mojo Kediri

65.	Darul Qur'an	Kediri
66.	Γ ANATUT THOLIBIN	Mojokerto
67.	Pp. Ma'hadusshibyan Darussalam	Kediri
68.	Pondok Pesantren Darul Huda	Blitar
69.	Pondok Pesantren Mambaus Sholihin 2 Blitar	Blitar
70.	Pondok Pesantren Mamba'ul Huda	Banyuwangi
71.	Pondok pesantren kramat	Pasuruan
72.	Pondok Pesantren Al-Mubarak Lanbulan	Sampang
73.	Darut Tholibin Al-Qodiri 02	JEMBER
74.	Ponpes Al-Kholiliyah Al- Mubarakah	Probolinggo
75.	Darussalam Mekar Agung	Madiun
76.	Pondok Pesantren Miftahul Ulum Kebun Baru	Pamekasan Madura
77.	MAMBAUL FALAH	Bawean Gersik
78.	Pondok Pesantren Abul Faidl	Blitar
79.	Pp. Darus Sholah	Jember
80.	PP.Al-Kautsar Durenan	Trenggalek
81.	Ponpes Syekh Abdul Qodir Al Jailani	Probolinggo
82.	Pondok Pesantren AL IHSAN JRANGOAN	Sampan

83.	Pondok Pesantren Assholach Kejeron	Pasuruan
84.	Al Muniroh	Gresik
85.	Pondok Pesantren Tahfidhul Qur'an Bani 'Ali Mursyad PSM Banaran	Magetan
86.	PP Darussalamah Krian	Krian
87.	PPTQ.ANNUR 2 AL-MURTADLO	Kec. Bululawang, Malang
88.	Bustanul Muta'allimin As-Salafy	Blitar
89.	PP Darul Ulum Putri	Magetan
90.	Asrama Unggulan An-Najah	Magetan
91.	Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Nurul Falah Poncol	Magetan
92.	Al Hidayah	Ngawi
93.	Ponpes Mamba'ul Hikmah Kerten	Ngawi
94.	Pondok pesantren al bidayah	Jember
95.	Pondok Pesantren Manbaul Ulum Hajasi	Sidomulyo Kota Batu
96.	Junuudul Musthofa	Kediri
97.	Ponpes Rahmatan Lil Alamin	Nganjuk
98.	PPTQ ASY SYADZILI 4	Gondanglegi Malang
99.	Ponpes Assalafiy Al Ikhlas	Kediri
100.	Markaz Ridwan Romly Al Maliky	Bojonegoro
101.	Pondok Pesantren Al-Waridin	Madiun
102.	Raudlatul Ulum 1 Putri	Gondanglegi

103.	AL ROSYID	Bojonegoro
104.	YanbuulQur'an	Banyuwangi
105.	Roudltotut Tholibin Asshoulatiyyah	Malang
106.	Darul Ulum	Pacitan
107.	Roudlotul Muta'allim	Sugihwaras
108.	BPUI Minhajut Thullab Krikilan	Banyuwangi
109.	Pondok Modern Al Rifa'ie 2	Gondanglegi Kab. Malang
110.	Pondok Pesantren Qomaruddin	Gresik
111.	NURUL HUDA	Sampang
112.	Pesantren Dafi - Pondok Pesantren Darul Fiqhi	Lamongan
113.	Assunniyyah	Jember
114.	Yayasan pondok pesantren Nurul Faroh	Lumajang
115.	PP. Darul Musthofa Assunniyyah	Lumajang,
116.	Asy Syukur	Blitar
117.	PP Hidayatul Mubtadi-Ien Tegal Arum	Kota Kediri
118.	Pondok Pesantren Al-Furqon	Gresik
119.	Pesantren Darussalam	kab.indramayu
120.	Pondok HM Lirboyo	Kota Kediri
121.	Pondok Pesantren Annuqayah Latee	Sumenep
122.	Yayasan Pondok Pesantren Miftahul 'Ula	Nganjuk

123.	PP. Annuqayah Lubangsa Selatan	Sumenep
124.	Pon pes tahfidz al izzah	Mojokerto
125.	Pondok pesantren Ma'hadul Ilmi wal Amal	Tulungagung
126.	AHMAD HUSNAN	Pasuruan
127.	PPTQ Assalafi Walisongo	Blitar

5. logo Media Pondok Jawa Timur



Gambar 3.1 : Logo Media Pondok Jawa Timur.

Ini merupakan logo dari Media Pondok Jatim, logo ini di buat dengan berbagai macam simbol simbol yang mempunyai makna tersendiri sesuai dengan tujuan di bentuknya Media Pondok Jawa Timur. Lambang Media Pondok Jatim memuat huruf PJT, yang berbentuk wayang Gunungan, dengan garis horizontal di tengahnya. Logo ini bermakna Media Pondok Jatim berusaha mendakwahkan ajaran-ajaran islam dengan ciri khas pesantren: *“al-muhafazhah ‘ala al-qadim as-shalih wa al-akhdz bi al-jadid al-ashlah.”* Yakni defensif dalam menjaga warisan ajaran dan budaya, dan

progresif dalam mengadaptasi kebaruan. Di perkembangan teknologi dan informasi di era revolusi 4.0.⁶⁹

B. Porfil Tokoh dan Informan Penelitian

1. Profil Tokoh Media Pondok Jawa Timur

A. KH Marzuqi Mustamar

KH Marzuki Mustamar dilahirkan di Blitar pada tanggal 22 September 1966. Kyai Marzuki Mustamar dilahirkan dalam keluarga yang agamis mengerti agama dan keluarga yang taat beribadah. Kyai Marzuki adalah putra dari Kyai Mustamar dan Nyai Siti Jainab, sejak kecil Kyai Marzuki di besarkan dan dididik oleh kedua orang tuanya dengan disiplin yang tinggi.

Pada tahun 1994, KH Marzuki Mustamar beliau mempersunting seorang istri yaitu santriwati dari Pondok Pesantren Nurul Huda yang bernama Saidah. Saidah adalah putri dari Kyai Ahmad Nur yang berasal dari lamongan. Istri kyai mustamar ini adalah seorang Hafidzoh (hafal Al-Quran). Pasangan ini di karuniai 7 Putra-Putri :

1. Habib Nur Ahmad
2. Diana Nabila
3. Millah Shofia
4. M.'izzah Maula
5. 'Izzah Nadila
6. Rossa Rahmania
7. Dina Roisah Kamila

Pendidikan

Kyai Marzuki Mustamar meruapakan seorang yang sudah mempunyai etos

⁶⁹ Dokumen Hasil Penelitian. 25 Desember 2021.

kerja yang tinggi sejak kecil, beliau dididik cara memelihara kambing dan ayam petelur dari kecil, beliau mendapat pelajaran bagaimana membimbing umat islam dan bagaimana menjadi pemimpin.

Sejak duduk di kelas 4 Madrasah Ibtidaiyah kyai marzuki sudah belajar ilmu nahwu, shorof, tasawuf dan ilmu fiqih kepada kyai-kyai di biltar. Kyai marzuki juga sudah mulai di minta untuk mengajar Al-quran dan kitab kecil pada tentangga tetangga sekitar.

Kyai Marzuki Mustamar sekolah SMP Hasanudin, pada kelas 3 SMP beliau sudah memahami dan mengkhatamkan kitab Mutamimah. Kemudian beliau melanjutkan pendidikan aliah di Aliah Negri Tlogo Blitar. Di umur yang sangat muda Kyai Marzuki sudah mendalami banyak ilmu agama dari banyak kyai diantaranya adalah kyai kyai yang ada di blitar seperti dalam mendalami ilmu Balaghoh dan Ilmu Mantek kepada Kyai Hamzah, ilmu fikir kepada Kyai Abdul Mujib dan Ngaji Ilmu Hadits kepada Kyai Hasbullah Ridwan.

Setelah melakukan pendidikan di MAN Tlogo Blitar. Kyai Marzuki melanjutkan jenjang pendidikan Ke IAIN (sekarang UIN Maulana Malik Ibrahim) malang. Di malang beliau mondok di pondok pesantren Nurul Huda Mergoso yang di pimpin oleh KH A Masduqi Machfudz yang juga menjabat sebagai Anggota Komisi Fatwa MUI Kota Malang. Karena mengetahui Kyai Marzuki mempunyai kemampuan diatas rata rata santri lainnya maka Kyai Masduqi meminta untuk membantu mengajar di pesantren Nurul Huda.

Ringkasan Pendidikan

1. TK Muslimat Karangsono Kanigoro, Blitar tahun 1972
2. MI. Miftahul 'Ulum, Tahun 1979
3. SMP Hasanuddin, Tahun 1982

4. MAN Tlogo, Tahun 1985
5. PP. Nurul Huda, Mergosono
6. LIPIA Jakarta, Tahun 1988
7. S-1 IAIN Malang, Tahun 1990
8. S-2 UNISLA, Tahun 2004

Kyai Marzuki Mustamar mempunyai riwayat pendidikan yang sangat bagus bahkan di umur yang sangat muda beliau sudah banyak mengkhathamkan kitab kitab tentang agama islam dari berbagai macam genre kitab mulai dari ilmu alat, ilmu fikih, ilmu Hadits, dan masih banyak lainnya. Untuk saat ini beliau lebih banyak aktif di organisasi Keagamaan berjuang untuk umat. Beliau juga pernah menjabat sebagai ketua Jurusan Bahasa Arab Universitas Islam Malang dan sekarang beliau menjabat sebaagai Ketua Tanfidziyah PWNU Jawa Timur. Dan juga Pengasuh Pondok Pesantren Sabilurosyad Gasek Malang dan masih banyak lagi beliau berperan di dunia kemasyarakatan dan keagamaan.

Diasosiasi Media Pondok Jawa Timur Kyai Marzuki Mustamar merupakan satu satunya tokoh yang mendukung serta membina arah jalanya dari asosiasi media pondok jatim ini. Jadi Asosiasi Madia Pondok Jatim ini berjalan di bawah binaan dan naungan Kyai Marzuki Mustamar.⁷⁰

2. Profil – Profil Informan Penelitian

A. Informan 1

Informan 1 ini merupakan seorang yang terpilih sebagai Ketua Umum Asosiasi Media Pondok Jawa Timur, informan ini bernama Ahmad Tajuddin Zahro'u, berasal dari Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang, tepatnya

⁷⁰ <https://pwnujatim.or.id/profil-kh-marzuqi-mustamar/1> nov 2021,jam 09.00

adalah pondok pesantren yang di asush oleh Kyai Marzuki Mustamar. Instrumen ini merupakan ketua umum pertama kalinya semenjak Asosiasi Media Pondok Jatim ini terbentuk. Instrumen 1 ini selain menjabat di Media Pondok Jatim, beliau juga menjabat sebagai direktur Multimedia di PP. Sabilurrosyad Gasek Malang.

B. Informan 2

Informan 2 ini adalah seorang yang terpilih dan mengemban amanat untuk menjabat Bendahara Umum sekaligus Koordinator Media di Media Pondok Jatim. Informan ini bernama Atthif Qonitatillah berasal dari pondok pesantren Al Ittihad Belung Puncokusumo Malang. selain menjabat di Media Pondok Jatim instrumen 2 ini juga menjabat sebagai Kordinator media di pondok pesantren Al Ittihad Belung Puncokusumo Malang. Informan 2 ini mempunyai peran di Media Pondok Jatim adalah Mengelola dan mendokumentasikan keuangan Media Pondok Jatim.

C. Informan 3

Informan 3 ini merupakan seseorang yang terpilih sebagai Sekretaris Jenderal sekaligus Pengurus Media di Media Pondok Jatim. Instrumen 3 ini memiliki peran pada Media Pondok Jatim yaitu Mendokumentasikan dan mengelola segala jenis administrasi Media Pondok Jatim. Instrumen ini mempunyai nama Diski Nia Levi Yani berasal dari pondok pesantren PPSM Banin Banat Al-Mubtadi-ien, Badal, Ngadiluwih, Kediri. Beliau selain menjabat di Media Pondok Jatim, beliau juga menjabat sebagai Pengurus Media di Pondok Pesantren PPSM Banin Banat Al-Mubtadi-ien, Badal, Ngadiluwih, Kediri.

D. Informan 4

Informan ke 4 adalah seseorang yang terpilih dan mengemban amanat sebagai kordinator event yang bertugas Menjalankan dan bertanggung jawab atas Event sesuai arahan ketua dan di kepengurusan daerah masing2. Informan yang ke 4 ini bernama Fatihudin Habibi yang berasal dari pondok pesantren Langitan Widang Tuban. Delain menjabat sebagai kordinator event di Media Pondok Jatim informan ke 4 ini juga menjabat DS (Dewan Senior), Divisi Pengembangan SDM Media di pondok Pesantren Langitan Tuban.

E. Informan 5

Informan 5 ini merupakan seseorang yang menjabat sebagai Devisi Konten di Media Pondok Jatim yang mempunyai tugas Mengelola dan membuat timeline konten di sosial media di Media Pondok Jatim. Informan ke 5 ini bernama Alfin Ramadhani berasal dari Pondok Pesantren Ngalah Pasuruan, informan ke 5 ini mempunyai jabatan di pondok asalnya sebagai Wakil Ketua Ngalah TV.

F. Informan 6

Informan yang ke 6 adalah seseorang yang mempunyai amanat sabagai kadv Pesantren di Media Pondok Jatim yang mempunyai tugas Mendata anggota komunitas media pondok pesantren, Mendata kepengurusan daerah, Bersinergi dengan divisi yang lain. Informan ke 6 ini bernama Mohammad Hisyam Syafiqir Rahman berasal dari Pondok Pesantren Lirboyo. Selain menjabat di Media Pondok Jatim Beliau juga menjabat sebagai kordinator media di pondok pesantren Lirboyo.

G. Informan 7

Informan yang ke 7 ini merupakan seseorang yang menjabat sebagai Kadiv. divisi ekbis di Media Pondok Jatim yang mempunyai tugas Menjalin hubungan internal dan eksternal serta berperan dalam pemasukan dana bagi

Media Pondok Jatim. Informan yang ke 7 ini bernama Zainul haqq berasal dari ponpes menara al fattah.

H. Informan 8

Informan ke 8 adalah seseorang yang terpilih dan mengemban amanat sebagai Anggota yang bertugas mengikuti dan membantu bantu di semua devisi di Media Pondok Jatim. Informan yang ke 8 ini bernama Much. Mudzakkir Ma'ruf yang berasal dari Pondok Pesantren Al-Hikam Kemayoran Bangkalan . Selain menjabat sebagai anggota di Media Pondok Jatim informan ke 8 ini juga menjabat Pimred Media Pondok Al-Hikam Kemayoran Bangkalan.

I. Informan 9

Informan ke 9 adalah seseorang yang terpilih dan mengemban amanat sebagai Anggota yang bertugas mengikuti dan membantu bantu di semua devisi di Media Pondok Jatim. Informan yang ke 9 ini bernama M. As'ad Al-Faidl yang berasal dari Pondok Pesantren PPHM Ngunut Tulungagung. Selain menjabat sebagai anggota di Media Pondok Jatim informan ke 9 ini juga menjabat sabagai Tim Media Pondok di PPHM Ngunut Tulungagung.

C. Penyajian Data Penelitian

Agama islam adalah agama *rahmatan lil a'lamin* , islam hadir penuh dengan rahmat bagi seluruh alam. Islam berkembang dengan dakwahnya yang mengajak dalam kebaikan. Dalam prakteknya dakwah mempunyai banyak cara dan metode dalam proses penyampaian dakwahnya. Pada zaman modern seperti saat ini dakwah sudah tidak monoton seperti yang dulu dulu dilakukan oleh para ulama dahulu, Semakin majunya peradaban manusia dakwah juga ikut berkembang didalamnya. Pada modern saat ini dakwah berkembang mempunyai banyak varian cara salah satunya yang paling digunakan pada zaman sekarang adalah dakwah menggunakan media sosial.

1

Berbicara mengenai konsep dakwah dan prosesnya sebenarnya mirip dengan berbicara konsep komunikasi secara umum. Melihat dari konsepnya kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi juga, sama sama menyampaikan informasi atau pesan dengan tujuan tertentu. namun perbedaannya adalah jika dakwah merupakan suatu kegiatan yang khusus menyampaikan kebaikan sesuai agama islam. Namun jika komunikasi lebih bersifat umum. Dengan ini secara teknis dakwah adalah komunikasi.⁷¹ Dengan ini maka kajian – kajian mengenai komunikasi bisa di terapkan kajian dakwah.

Perkembangan dakwah dan komunikasi sudah tidak diragukan lagi, banyak platform dan media-media sosial yang muncul dan itu mempermudah dalam melakukan komunikasi dan dakwah. Pada kesempatan kali ini peneliti ingin memaparkan data yang di peroleh dari Asosiasi Media Pondok Jatim, tentang strategi dakwah yang digunakan dalam menyebarkan kebaikan di era kemajuan teknologi dan apa saja hambatan dan tantangan yang di lalui.

Asosiasi Media Pondok Jatim berdiri pada tanggal 21 Februari 2021, bertepatan dengan awal mula pandemi masuk ke Indonesia. Asosiasi ini terbentuk sebenarnya bukan karena adanya Pandemi COVID 19, namun murni timbul dari keresahan beberapa media pondok-pondok pesantren di Jawa timur. Dengan semakin pesatnya teknologi dan informasi berkembang membuat pondok pesantren tertinggal terutama di media dan komunikasinya terutama pondok - pondok yang berada dalam perdesaan, yang jauh dari akses internet. Dengan begini maka para pengurus pondok- pondok pesantren berkumpul dan memutuskan untuk membuat Asosiasi Media Pondok se-Jawa Timur dengan tujuan merangkul dan membantu pondok pesantren yang tertinggal bisa berkembang di tengah - tengah perkembangan teknologi dan juga mengenalkan pondok

⁷¹ Wahyu Ilaih, *-(Komunikasi Dakwah. Bandung)-*. PT Remaja Rosdakarya. 2010. Hlm.24.

pesantren ke masyarakat umum serta mengajak dan menyampaikan dakwah di media sosial.

Asosiasi Media Pondok Jawa Timur ini selain bertujuan merangkul pondok pesantren yang tertinggal dalam media dan informasinya. Dengan bergabung maka insyaallah bisa berjalan bersama dalam mengembangkan pondok pesantren dan juga dakwah pondok pesantren. supaya pondok pesantren tidak termakan oleh zaman dan teknologi maka pondok pesantren harus keluar muncul di media sosial.

“ tujuan berdirinya Media Pondok Jatim ini ya.. untuk mensinergikan anatar media di pondok pesantren di jawa timur dan bisa sama – sama berkembang di tengah tengah kemajuan perkembangan teknologi di era modern saat ini. Apabila tidak mengikuti dan mengimbangi perkembangan zaman maka pondok pesantren akan termakan oleh zaman mas..maka dari itu Media pondok jatim ingin memajukan pondok pesantren secara bersama – sama dan mengembangkan dakwah pesantren di media sosial...”⁷²

Menurut dari dari hasil wawancara di atas jelas menunjukkan bahwasanya selain ingin merangkul pondok- pondok pesantren yang tertinggal secara media juga ingin mengembangkan dakwah pesantren. dakwah pesantren mungkin selama ini belum banyak yang mengerti. Jadi dalam penelitian ini yang disebut dengan dakwah pesantren adalah sebuah dakwah yang berisi tentang ajaran – ajaran pondok pesantren mulai dari tradisi pesantren samapai pada kajian – kajian yang ada di pesantren. kini media pondok jawa timur mengemas dakwah pesantren kemudian dinaikkan ke media sosial dengan tujuan memperkenalkan pondok pesantren dan juga mengenalkan ajaran pondok pesantren.

1. Strategi Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur Di Media Soaial Youtube

Mengacu pada focus penelitian yaitu mengenai strategi dakwah media pondok Jawa Timur di media sosial Youtube maka data penelitian disini akan memaparkan data

⁷² Wawancara Informan 1, November 2021.

berupa hasil observasi dilapangan, wawancara mendalam kepada informan terkait, serta dokumentasi yang kemudian ketiganya direduksi.

Penjelasan dari pengertian dakwah menunjukkan bahwasanya dakwah merupakan sebuah kegiatan yang mengajak dalam kebaikan sesuai dengan ajaran islam. Jadi dari pengertian ini bisa disimpulkan bahwasanya semua kegiatan dan perilaku mengajak dan menyebarkan kebaikan dengan dasar islam adalah suatu kegiatan dakwah. di era kemajuan teknologi seperti sekarang kegiatan dakwah berada dimana-mana salah satunya didalam media sosial. Dalam media sosial sudah banyak sekali konten konten dakwah dengan berbagai macam bentuk dan jenis konten yang beragam. Mulai dari vidio ceramah, vidio tanya jawab islam, vidio mengaji kitab, konten berbagi dan sedekah dan masih banyak lagi. Dalam penelitian ini peneliti menemukan konten yang menari didalam sebuah youtube dari Asosiasi Media Pondok Jawa Timur yaitu berdakwah dengan mengangkat pondok pesantren ke media sosial youtube melalui film – film pendek dan live streaming pengajian kitab kuning. Sesuai dengan pernyataan informan sebagai berikut.

“ ... jadi dalam youtube kita ada dua konten untuk saat ini mas, yang pertama ada film-film pendek dan yang kedua ada live streaming pengajian. Kita banyak mas konten konten lainnya tapi ada di media sosial yang beda-beda kayak di facebook, isntagram, tiktok itu da juga mas, tapi untuk yang di youtube ya cuma dua itu sementara ini...”⁷³

⁷³ Wawancara Informan 1, februari 2022.



Gambar. 3. 2 . Profil Youtube Asosiasi Media Pondok Jawa Timur

Gambar di atas merupakan profile dari Youtube Asosiasi Media Pondok Jawa Timur, dalam tampilan profile di atas ada logo dan informasi mengenai Asosiasi Media Pondok Jawa Timur, dalam foto profil juga menggunakan logo dari media pondok jatim. Dengan nama Youtube Pondok Jatim. Kita lihat subscribe nya sudah menyampai 23,9 ribu itu artinya akun ini sudah memenuhi syarat jika ingin di daftarkan google adsense. Di pojok kanan juga ada bendera Indonesia dan logo Nahdatul Ulma' ini menandakan rasa cinta dan nasionalisme dalam Asosiasi ini masih terjaga.

Asosiasi Media Pondok Jawa Timur sebenarnya berdakwah menggunakan 4 macam media sosial, yaitu 1. Facebook 2. Youtube 3. Instagram 4. Tiktok. Namun dalam penelitian ini akan berfokus kepada media sosial youtube dan konten yang ada di dalamnya. Dalam penelitian ini menemukan 2 macam yang konten dalam youtube Asosiasi Media Pondok Jawa Timur ini yang pertama adalah konten film-film pendek dan Live streaming pengajian kitab kuning.

a. Konten Film – Film Pendek

Yang pertama adalah konten film-film pendek, perkembangan teknologi membawa dakwah semakin berkembang tidak hanya dakwah konvensional akan tetapi juga dakwah secara modern seperti menggunakan media sosial, selain itu juga dakwah harus banyak berinovasi dalam metode atau cara penyampaiannya seperti yang dilakukan oleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur ini yaitu dengan menggunakan konten film-film pendek. Konten film pendek yang di sajikan oleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur dalam Youtube adalah film pendek tentang dakwah pondok pesantren. Untuk lebih jelasnya film ini mengangkat tema sesuai dengan ajaran – ajaran yang telah disampaikan di dalam pondok pesantren contohnya seperti film yang berjudul *Mutiara Terpendam* film ini berbicara tentang kemuliaan orang yang mempunyai ilmu dan ahklak. Kemudian film berjudul kemudian film berjudul *Tirakat* film ini bercerita tentang santri yang menjalankan ibadah puasa sunnah dan berusaha menjalankan ibadah lainnya. Pernyataan di atas sesuai dengan paparan instrumen sebagai berikut.

“... jadi gini mas, film – film pendek ini semua tentang ajaran ajaran islam yang di ajarkan di pondok pesantren, seperti menghormati ilmu, menghormati guru, dan banyak lagi mas. Kenapa kok kita menggunakan film pendek ini, supaya ajaran ajaran islam yang damai yang di ajarkan di pondok pesantren selama ini bisa tersampaikan dengan halus mas, dan dapat di terima semua kalangan...”⁷⁴

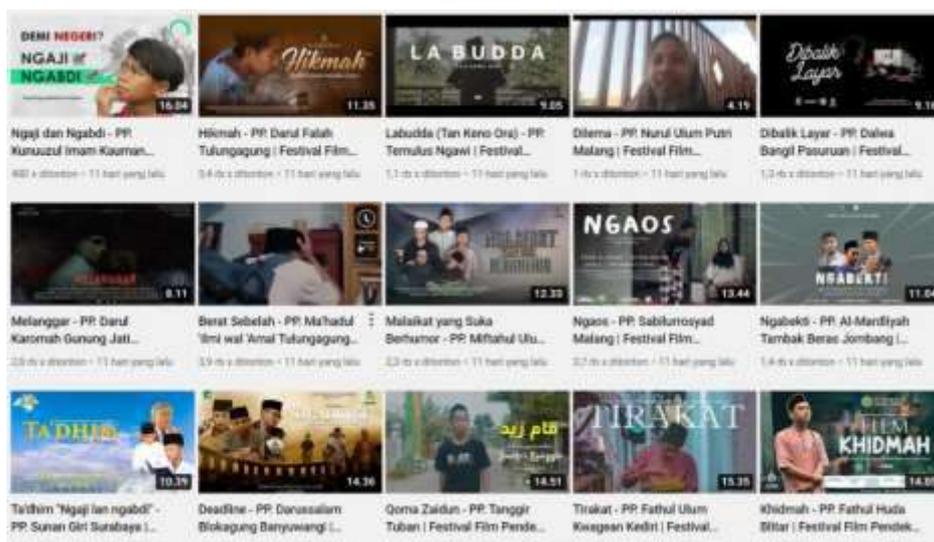
Jadi sesuai dengan paparan instrumen di atas bahwasanya dalam penyampaian pesan dakwah pesantren supaya lebih halus dan mudah di terima dengan menggunakan konten film- film pendek. Dalam pengamatan peneliti, film – film pendek yang di sajikan oleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur ini selaian menyampaikan ajaran islam yang di ajarkan di pondok pesantren. konten ini juga ingin mengangkat pondok

⁷⁴ Wawancara Informan 1, februari 2022.

pesantren dengan menampilkan budaya dan tradisi dalam pondok pesantren. contohnya adalah seperti Sowan / silaturahmi, budaya mencium tangan ustad atau kyai, budaya gotong royong atau *ro'an* dalam bahasa pondoknya, dan masih banyak lagi. Maka dengan begini maka nama pondok pesantren akan mempunyai citra baik sehingga para prang tua tidak lagi ragu dalam memondokkan putra-putrinya di pondok pesantren. Karena dekat – dekat ini kita sering sekali mendengar kasus-kasus yang menyontren citra pondok pesantren, seperti kasus pencabulan hingga kasus radikalisme teroris. Pernyataan diatas sesuai dengan paparan instrumen penelitian sebagai berikut.

“... iya mas, jadi bukan hanya menyampaikan dakwah saja akan tetapi juga mengenalkan pondok pesantren ke khalayak umum supaya citra pondok pesantren menjadi lebih baik lagi. Ya caranya melewati konten film pendek ini mas jadi suasana dan kegiatan pondok pesantren bisa terlihat secara jelas..”⁷⁵

Jadi begitu jelas yang dipaparkan oleh instrumen di atas bahwasanya citra pesantren seharusnya harus di jaga dan kembangkan. Di sini menjaga citra dan mengembangkan pondok pesantren di era teknologi adalah tujuan dari Asosiasi Media Pondok Jawa Timur. Maka dengan konten film – film pendek ini harapannya pesan pesan dakwah dan tujuan dari Media Pondok Jawa Timur bisa terwujud.



⁷⁵ Wawancara Informan 1, februari 2022.

Gambar. 3. 3 . Konten film pendek Asosiasi Media Pondok Jawa Timur

Gambar di atas menunjukkan tentang beberapa konten yang mewakili dari konten Asosiasi Media Pondok Jawa Timur. Untuk saat ini konten film pendek yang ada dalam Youtube Asosiasi Media Pondok Jawa Timur ada 68 film pendek. Film ini berdurasi kurang dari 30 menit rata – rata makanya di katakan sebagai film pendek karena ceritanya sekali langsung habis. Dari gambar di atas rata – rata film yang di upload mempunyai tampilan Tubmnia yang menarik sehingga ini juga termasuk sebagai penarik khalayak untuk menonton film – film ini. Sesuai dengan paparan dari instrumen penelitian sebagai berikut.

“... jadi gini mas, kami ada pelatihan pelatihan tentang media, mulai desain grafis, fotografi, cinematography, untuk anggota dari Asosiasi Media Pondok Jawa Timur. Jadi sebelum membuat film pendek mereka juga akan di bekali dulu dengan ilmu – ilmu tentang pembuatan film pendek selain itu kita juga mengadakan lomba kontes film pendek, dengan tujuan supaya ghirohnya anak-anak semakin bersemangat dalam membuat film, karena mengikuti lomba atau kontes dan mendapatkan juara...”⁷⁶



Gambar. 3. 4 . Pamplet Kelas Film Pendek Dari Asosiasi Media Pondok

⁷⁶ Wawancara Informan 2, februari 2022.

Jawa Timur.

Dari paparan dan dokumentasi pamflet di atas maka menunjukkan bahwasanya persiapan dari Asosiasi Media Pondok Jawa Timur dalam pembuatan konten film pendek ini sudah di pikir secara matang – matang sehingga mulai dari pelatihan sampai ada kontes filmnya dan kemudian hasil dari kontes tersebut menjadi sebuah konten dakwah dalam Youtube Media Pondok Jawa Timur. Ini sesuai dengan pernyataan instrumen di atas.

Dari pembahasan di atas menyinggung kontes film dan perlombaan yang diadakan oleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur dalam sebuah Event yang bernama Multaqa Media, Multaqa Media merupakan sebuah event dari Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di tahun 2021. Jadi Media Pondok Jawa Timur ini mengadakan Event tahunan biasa lebih banyak dikenal dengan Festival Media Pondok Jawa Timur. Dalam even ini ada beberapa perlombaan yaitu 1. Film Pendek 2. Fotografi 3. Aransemen Mars MPJ 4. Esai Biografi Masyaiyikh. Pernyataan di atas sesuai dengan paparan instrumen sebagai berikut.

“... kami ada event tahunan mas, yaitu Festival Media Pondok Jawa Timur. Dalam event ini banyak perlombaan mas, untuk yang event 2021 ini ada lomba film pendek, fotografi, aransemen mars MPJ, dan esai biografi Masyayikh. Perlombaan ini bisa di ikuti oleh semua anggota Asosiasi Media Pondok Jawa Timur mas, maka jika belum bergabung kita sarankan untuk bergaung dengan Media pondok Jatim ini, karen salah satu syaratnya adalah anggota dari media pondok jatim mas,. ..”⁷⁷

⁷⁷ Wawancara Informan 3, februari 2022.



Gambar. 3. 5 . Pamplet Festival Dari Asosiasi Media Pondok Jawa Timur.

Dari gambar dan pernyataan instrumen di atas menyimpulkan bahwasanya Asosiasi Media Pondok Jawa Timur ingin memaksimalkan potensi – potensi dari anak pondok pesantren untuk berkarya dan mengenalkan pondok pesantren dengan sebuah karya karya yang berkualitas. Dan kegiatan itu merupakan sebuah dakwah pondok pesantren di era perkembangan teknologi. Dari sini maka terlihat asal muasal konten dakwah berupa film pendek di media sosial youtube Asosiasi Media Pondok Jawa Timur berasal. Jadi hasil karya film – film pendek yang telah di setor ke panitia dalam event ini juga akan mengisi youtube dari Media pondok Jawa Timur.



Gambar. 3. 6 . Juara dan Nominasi Terbaik Dari Festival Film Pendek Asosiasi Media Pondok Jawa Timur.

Dari gambar diatas menunjukkan film – film pendek terbaik dari karya anak – anak pondok dari anggota Asosiasi Media Pondok Jawa Timur. Film – film ini yang akan mengisi dari konten youtube Media Pondok Jawa Timur sehingga dapat menyebarkan konten dakwah dan mengangkat dakwah menjadi berkembang dan maju sesuai dengan tujuannya dari Media Pondok Jawa Timur.,

b. Konten Live Streaming Pengajian Kitab Kuning

Yang kedua adalah konten dengan menggunakan Live Streaming Pengajian Kitab Kuning, perkembangan teknologi mempengaruhi media sosial youtube terus berkembang dan kini memunculkan fitur live streaming, fitur ini banyak digunakan oleh para konten kreator untuk membuat konten dan memasarkan iklan produk. Dalam penelitian ini menemukan bagaimana Asosiasi Media Pondok Jawa Timur memanfaatkan fitur ini dengan menyebarkan dakwah yaitu dengan mengubah menjadi live streaming berisi tentang kegiatan mengaji kitab kuning di pondok pesantren. Dalam

konten ini banyak makna yang terkandung selain mengajak masyarakat untuk belajar ilmu agama dengan referensi keilmuan yang jelas, juga mengangkat tradisi dari pondok pesantren yaitu kegiatan mengaji kitab kuning. Mungkin jika orang yang bukan basic pesantren masih agak susah memahami kitab kuning tanpa harokat. Dan di dalam pondok pesantren mengkaji kitab gundul tanpa harokat adalah makanan sehari-hari. Pernyataan ini sesuai dengan paparan instrumen penelitian sebagai berikut.

“... iya itu mas, dengan live streaming ini selain mengajak masyarakat untuk mengkaji tentang syariat islam dengan referensi yang jelas juga ingin mengenalkan tradisi mengkaji kitab kuning yang selama ini ada dalam pondok pesantren. jadi dengan live streaming ini masyarakat umum bisa ngaji dan mengenal tradisi pondok pesantren mas...”⁷⁸



Gambar. 3. 7 . Konten Live Streaming Pengajian Di Youtube Asosiasi Media Pondok Jawa Timur.

Gambar di atas merupakan sebuah pengajian live streaming pengajian di youtube Media Pondok Jawa Timur. Dalam live ini mengkaji kitab *Wasiyatul Musthofa* oleh Ust. Abdul Hamid Aly, dari pondok pesantren Kampus Ainul Yaqin UNISMA.

⁷⁸ Wawancara Informan 4, februari 2022.

Pengajian ini di lakukan pada moment bulan puasa. Mengingat bulan puasa adalah bulan yang penuh rahmat disini Asosiasi Media Pondok Jatim mengajak masyarakat untuk mencari pahala dan menuntut ilmu dengan mengkaji kitab kuning yang biasa di sebut dengan kilatan. Pengajian kitab kilatan juga merupakan tradisi dari pondok pesantren yang turun menurun, mungkin selama ini kegiatan ini hanya di temui di lingkup pondok pesantren akan tetapi di era modern saat ini media pondok jatim menaikkan kdi media sosial dan semua orang dari mana saja bisa menikmati melalui media sosial youtube.

Konten live streaming pengajian kitab kuning ini berbeda dengan konten film pendek, konten ini bersifat menyiarkan pengajian secara langsung. Dan akan berakhir setelah acaranya benar-benar selesai jadi semua yang di tayangkan real seperti kegiatan berlangsung. Sedangkan film adalah sebuah adegan yang di shooting secara bertahap dan memiliki alur cerita sesuai skrip yang di buat. Dalam penelitian ini menemukan bahwasanya live streaming pengajian ini belum berjalan dengan rutin untuk saat ini karena beberapa kendala. Akan tetapi berjalan sesuai dengan moment tertentu seperti moment bulan Ramadan Atau pada pengajian akbar pada acara tertentu. Akan tetapi konten ini masih masuk dalam daftar konten di youtube Asosiasi Media Pondok Jawa Timur. Data ini sesuai dengan paparan instrumen penelitian.

“... begini mas, live streaming pengajian kita saat ini masih jarang – jarang karena kemaren sempat sibuk dengan event besar tahunan, akan tetapi live ini biasanya akan mulai lagi pada moment tertentu seperti bulan ramadan mas..”⁷⁹

⁷⁹ Wawancara Informan 5, februari 2022.



Gambar. 3. 8 . Konten Live Streaming Pengajian Di Youtube Asosiasi Media Pondok Jawa Timur.

Gambar di atas menunjukkan bahwasanya dalam mengembangkan dakwah pesantren Asosiasi Media Pondok Jawa Timur bekerjasama dengan TV 9 Nusanantara. Dengan nama program kajian Kiswah Ramadhan ini maka dapat memperluas khalayak sasaran dari Media Pondok Jawa Timur dalam berdakwah. Hal – hal semacam ini yang perlu di kembangkan dengan kolaborasi maka media akan menjadi besar dan dikenal orang lebih luas. Sebagaimana pernyataan dari instrumen sebagai berikut.

“... kita juga melakukan kolaborasi dengan TV 9 mas. Tahun lalu kita kolaborasi dengan nama program Kiswah Ramadhan. Dengan kolaborasi seperti ini maka kita bisa mendapatkan khalayak yang lebih luas sehingga memudahkan kita dalam mengembangkan dakwah pesantren dan mengenalkan tradisi trdaisi baik pondok pesantren contohnya ya ngaji kilatan di bulan ramadhan...”⁸⁰

⁸⁰ Wawancara Informan 5, februari 2022.

2. Hambatan dan tantangan dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur Di Media Sosial Youtube.

Untuk poin yang kedua ini peneliti akan menyajikan data penelitian berdasarkan rumusan masalah yang kedua yaitu mengenai Hambatan dan tantangan dalam dakwah media pondok jawa timur di media sosial youtube. Di era revolusi industri 4.0 perkembangan teknologi dan informasi sangat cepat, sehingga mengubah pola kehidupan masyarakat. Kini teknologi merupakan kebutuhan pokok yang wajib ada dalam kehidupan masyarakat. Mulai dari bangun tidur sampai tidur lagi, mungkin hanya tidur yang tidak butuh teknologi. Ini menunjukkan kebudayaan baru telah terlahir. Dengan adanya teknologi banyak manfaat yang didapat seperti lebih mudah dalam mengirim informasi atau menerima informasi. Dan ini intinya dakwah mempunyai peluang yang sangat tinggi, karena dakwah juga konsep menyapaikan informasi dan pesan dengan landasan agama islam.

Bukan berarti dakwah bisa berjalan mulus dan tidak ada hambatan. Justru dengan mudahnya informasi diterima dan didapat. Kini semakin banyak masalah yang timbul dalam berdakwah. Kini berdasarkan pengamatan peneliti dilapangan menemukan beberapa Hambatan dan tantangan dakwah Media Pondok Jatim di media sosial youtube.

Hambatan dan tantangan adalah dua permasalahan yang berbeda, secara sekilas mereka mempunyai arti yang sama, yaitu suatu permasalahan yang menghalangi proses dalam melakukan sesuatu. Akan tetapi mereka mempunyai sisi yang berbeda, sehingga pada penelitian ini, peneliti mendefinisikan hambatan dakwah adalah suatu permasalahan yang timbul cenderung lebih internal yang akan melemahkan dan menghalangi sebuah proses penyampaian pesan dakwah. kemudian Tantangan dakwah adalah suatu permasalahan yang timbul dan cenderung dari eksternal dan bersifat

menggugah kemampuan dan semangat dalam menyampaikan pesan dakwah.

a. Hambatan Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur

1. Sumber Daya Manusia (SDM) Kurang Memadai

Sumber daya manusia adalah elemen paling penting dalam mengelola atau menjalankan sebuah organisasi. Pada kasus ini peneliti menemukan bahwasanya salah satu hambatan dari dakwah yang di jalankan Asosiasi Media Pondok Jawa Timur adalah SDM yang kurang menguasai skill mengenai media dan teknologi. Jadi di era kemajuan teknologi seorang da'i juga harus menguasai media dan teknologi untuk mendukung kegiatan dakwah yang dilakukan. Dalam penelitian menemukan kebanyakan yang kurang menguasai tentang media adalah pondok – pondok yang berada di pelosok dan rata rata pondok salaf. Akan tetapi untuk pondok yang berbasis modern dan terletak di perkotaan mereka sedikit lebih paham tentang media di banding yang dari pondok didesa. Pernyataan ini sesuai dengan paparan instrumen penelitian sebagai berikut.

“... gini mas, kitakan buanyak ya anggotanya jadi gak bisa mengontrol perkembangan media pondok pondok itu. Rata – rata pondok salaf yang letaknya agak pelosok mas itu masih gaptek tentang penggunaan medianya jadi masih sering banget kebingungan sendiri, semisal dalam live streaming pengajian gitu kadang sring telat live karena banyak kesalahan teknis, maka dari itu program madrasah media terus kita lakukan sampai saat ini gunanya ya selain mengkader generasi yang paham media dan teknologi juga supaya dakwah pesantren dapat bersaing di era perkembangan teknologi. mas..”⁸¹

Dari pernyataan instrumen di atas peneliti melihat menyebutkan tentang sebuah program madrasah media. Jadi permasalahan dakwah atau hambatan dakwah di yang di temukan oleh peneliti sebenarnya sudah ada jawaban dari Asosiasi Media Pondok Jawa Timur yaitu dengan adanya Madrasah Media yang

⁸¹ Wawancara Informan 6, februari 2022.

tujuannya adalah memberi pelatihan tentang penggunaan media dan teknologi dalam berdakwah di era kemajuan teknologi untuk seluruh anggota Asosiasi Media Pondok Jawa Timur. Akan tetapi untuk saat ini program itu belum merata sehingga kurangnya keahlian SDM ini masih menjadi hambatan dalam berdakwah.



Gambar. 3. 9 . Program Madrasah Media Asosiasi Media Pondok Jawa Timur.

2. Peralatan Media Kurang Memadai

Sebuah film jika di tayangkan dengan kualitas gambar yang jernih dan bagus adalah sebuah daya tarik tersendiri bagi penikmat atau penonton. Sedangkan untuk menghasilkan gambar yang bagus harus dengan kualitas alat yang memadai. Nah dalam penelitian ini menemukan beberapa hal yang menjadi hambatan anak – anak pondok dalam membuat film pondok yaitu masalah kurangnya alat yang memadai dalam pembuatan film pendek. Sehingga ada beberapa pondok yang harus menyewa seperti kamera , laptop yang

memadai untuk mengedit, dll. sehingga mengeluarkan dana lebih banyak. Dan ada juga yang memakai peralatan seadanya yaitu Shoting menggunakan HP, dan sampai mengeditpun menggunakan hp. Dari itu peneliti melihat ghirah atau semangat anak-anak pondok dalam berkarya sangat kuat terutama dalam proses pembuatan film ini dengan tujuan menyampaikan pesan dakwah dari pondok pesantren melalui karya film pendek. Pernyataan data ini sesuai dengan paparan instrumen penelitian sebagai berikut.

“... iya mas, kalau alat yang di gunakan dalam membuat film pendek ya jauh dari kata memadai sih mas, mungkin ada beberapa pondok yang memiliki peralatan lengkap seperti pondok pondok besar. Tapi pondok – pondok kecil lainnya menggunakan peralatan seadanya, tetapi dengan kratifitasnya anak – anak pondok yang tanpa batas tetap jadi film dan mengikuti kontesa yang di adakan oleh MPJ mas,..”⁸²

Dari paparan instrumen di atas menandakan sebenarnya keterbatasan alat yang memadai bukan hambatan yang serius, akan tetapi hambatan ini masih bisa atasi dengan kreatifitas tanpa batas dari para santri dari anggota Media Pondok Jawa Timur. Akan tetapi ini perlu di perhatikan karena dengan alat yang bagus itu dapat menghasilkan gambar yang bagus, jika gambarnya berkualitas full hd maka lebih brani lagi bersaing dengan konten – konten besar di luarsana.

3. Kantor (sekretariat)

Kantor atau ruangan skretariatian adalah pusat semua kegiatan dan dokumen dokumen dari sebuah lembaga atau oerorganisasi. Dalam penelitian ini menemukan bahwasanya hambatan atau kendala terbesar selama ini dari Asosiasi Media Pondok Jawa Timur adalah belum mempunyai kantor sendiri. Jadi penelitia menemukan bahwasanya skretariatian Media Pondok Jawa Timur

⁸² Wawancara Informan 6, februari 2022.

ini masih pindah – pindah dari pondok 1 ke pondok lainnya. dan yang paling sering adalah di pondok Gasek Karang Besuki Malang tepatnya di Pondok Kyai Marzuki Mustamar. Mengingat awal berdirinya pondok pesantren ini di Pondok Gasek ini maka sementara sekretariat paling sering adalah di pondok ini. Sebagai mana paparan instrumen penelitian sebagai berikut.

“... kendalanya untuk kantor atau sekretariat ya masih pindah pindah mas, tapi pusatnya di gasek malang pondoknya Kyai Mustamar, untuk kedepannya kami juga berusaha untuk mendirikan kantor mas tetapi ini masih proses menabung, dari hasil youtube, kemudia juga sponsor sponsor dari event event rencana juga akan kita buat mendirikan kantor supaya lebih tertata...”⁸³

Dari paparan instrumen di atas maka ada beberapa pernyataan yang menunjukkan bahwasanya pendirian kantor masih di rencanakan. Karena bukan butuh biaya kecil untuk mendirikan kantor maka perlu proses dan dukungan.

4. Jarak Pondok Pesantren (letak geografis)

Yang di maksud dengan letak geogresis disini adalah posisi anggota Asosiasi Media Pondok Jawa Timur yang terletak menyebar di seluruh daerah daerah di jawa timur, ini menjadi hambatan dalam berdakwah, salah satunya adalah dalam berkomunikasi. Walaupun menggunakan group whatsapp, atau menggunakan telepon. Masih saja terjadi di miss komunikasi. Sesungguhnya wajar dalam sebuah organisasi ada missskomunikasi karene mereeka terdapat banyak kepala dan banyak ide ide. Sering sekali ada permasalahan ini contohnya dalam penerbitan konten atau dalam tabrakan jadwal live streaming pengajian. Sebagai mana yang di jelaskan oleh instrumen penelitian sebagai berikut.

⁸³ Wawancara Informan 3, februari 2022.

“... sebenarnya kendala kita masih banyak sih mas, faktor lokasi pondok yang menyebar saat ini juga masih menjadi hambatan kita. Sering miss komunikasi mas kayak jadwal streaming yang tabrakan dan informasi yang keliru ya begitulah. Tetapi kita ada evaluasi kerja mas per 2 sampai 3 bulan sekali, ini dengan tujuan meminimalisir miss komunikasi yang sering terjadi. Evaluasi ini kita namakan istilahnya dengan Kopdar (Kopi Darat) mas,..”⁸⁴

Dari pernyataan diatas menunjukkan bahwasanya dalam setiap hambatan Media Pondok Jawa Timur sudah berusaha meminimalisir, salah satunya yaitu tentang misskomunikasi yang sering terjadi ini. Dalam pernyataan diatas ada evaluasi yang di lakukan 2 -3 bulan sekali untuk mengatasi masalah masalah dan juga bukan tentang miss komunikasi saja tetapi evaluasi semua program kerja.

Inilah hambata dalam dakwah yang dilakukanoleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur. Dari paparan ini ada 4 hambatan yang menghambat jalannya proses dakwah Media Pondok Jatim dalam berdakwah mengembangkan dakwah pesantren.

b. Tantangan Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur

1. Persaingan Konten Di Media Sosial

Dalam perkembangan teknologi semakin banyak media – media dan konten yang membawa banyak informasi dan ilmu pengetahuan. Hal ini menunjukkan persaingan yang sangat ketat. Dalam peneliti menemukan bahwasanya di media sosial juga telah membanjir konten kreator dengan Banyaknya konten kreator saat ini adalah tantangan yang di hadapi oleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur. Media pondok jatim bersaing dengan para konten

⁸⁴ Wawancara Informan 7, februari 2022.

kreator di media sosial dengan memanfaatkan metode film pendek dan live streaming yang selama ini telah berjalan. sebagaimana pernyataan dari instrumen penelitian sebagai berikut.

“...iya mas, ngeri mas persaingan konten sekarang di media sosial mas. Buanyak banget orang yang membuat konten mas, dari konten yang komedi samapi konten dakwah. tapi disini MPJ hadir dengan hal yang berbeda yaitu dengan konten yang menarik kemudia kita juga berusaha menggandeng media – media besar supaya lebih banyak mendapat dukungan untuk bersaing di era kamajuan teknologi mas,..”⁸⁵

Dari pernyataan instrumen penelitian diatas bahwasanya mempersiapkan konten yang menarik dan unik adalah meruapakan persiapan Media Pondok Jawa Timur dalam bersaing dengan media dan konten beragam di luar sana. Dalam paparan diatas juga menyebutkan dengan bekerjasama dengan media – media besar seperti TV 9, PH film dan beberapa sponsor. Adalah merupakan sebuah usaha untuk mencari dukungan suapaya lebih percaya diri lagi dalam bersaing dengan media – media mainstream dan para konten kreator dakwah lainnya.

2. Perubahan Sikap Dan Karakter Khalayak.

Akibat perkembangan teknologi pertukaran budaya sangat mudah terjadi dan ini adalah tantangan dakwah di era modern. Dengan banyaknya budaya masuk melalui internet selaian mengikis kebudayaan identitas sendiri juga mengikis keimanan seseorang dalam beragama. Selain itu jika kita amati sekarang bagaimana seseorang sangat mudah tersinggung, mudah dalam menyebarkan informasi yang tidak jelas sumbernya. Jadi media sosial dan internet adalah sebuah hal yang sangat sensitif dan disini adalah tantangan bagi

⁸⁵ Wawancara Informan 8, februari 2022.

para pendakwah untuk berinovasi membuat konten dakwah dengan sangat teliti. Kini dakwah di era modern saya rasa harus bersifat lebih simple, tidak bertele-tele, dan tidak bersifat menggurui. Dan ini adalah tentangan yang harus dijawab oleh para pendakwah melenila di era perkembangan tecknologi. Sebagai mana pernyataan dari instrumen penelitian sebagai berikut.

“... semakin kesini semakin sulit mas dalam membuat konten dakwah kini masyarakat zaman mudahnya informasi diterima jadi sangat sensitif, jika kita membuat konten dakwah tidak sesuai dengan pemikiranya sudah di laporkan dan di cap macam – macam. Jadi intinya dakwah di era kemajuan teknologi harus berhati- hati. MPj menggunakan metode film pendek ini semoga bisa menjadi jembatan dalam menyampaikan pesan – pesan dakwah dengan cara yang halus dan sopan...”⁸⁶

Inilah paparan data yang diperoleh peneliti dari hasil pengamatan di lapangan. Berkembangnya tecknologi selain membawa dakwah menjadi lebih efesien dan berkembang. Akan tetapi juga membawa dakwah dengan penuh hambatan dan tantangan yang harus diselesaikan sebagaimana paparan data yang peneliti jelaskan diatas. Semoga inovasi dari Media Pondok Jatim bisa menjawab tantangan dakwah yang kini sedang dihadapi dan pesan dakwah pesantren bisa tersampaikan ke khalayak umum.

⁸⁶ Wawancara Informan 9, februari 2022.



BAB IV

ANALISIS DATA PENELITIAN

A. Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di Media Sosial

Asosiasi Media Pondok Jawa Timur merupakan sebuah Asosiasi yang terdiri dari beberapa pondok se Jawa Timur dengan tujuan menyampaikan dakwah pesantren Ahlul Sunnah Waljamaah An Nahdliyah. Menarik jika kita mendengar dakwah pesantren, yang dimaksud dengan dakwah pesantren adalah dakwah dengan mengangkat pesantren ke media sosial, mengangkat mulai dari budaya pesantren, eksistensi pesantren, dan mengedukasi tentang pondok pesantren. seperti inilah gambaran dakwah pesantren. karena citra Pondok Pesantren saat ini sudah mulai

memudar, karena dengan banyaknya kejadian – kejadian yang tidak mengenakan yang berasal dari pesantren seperti Teroris yang berasal dari pondok pesantren, adanya kasus pencabulan oleh ustazd di pondok pesantren. hal hal semacam ini telah mencemarkan citra pondok pesantren. maka dari itu dakwah pesantren perlu dinaikkan lebih kencang lagi kedia media sosial. Karena kita juga tahu bahwa selain kejadian itu juga masih banyak ulama’ – ulama’ besar yang lahir dari pondok pesantren.

Dalam pembahasan kali ini peneliti akan memaparkan analisis data penelitian sesuai dengan rumusan masalah yang menjadi focus pada penelitian ini yang pertama yaitu bagaimana startegi dakwah asosiasi media pondok jawa timur di media sosial dan yang kedua yaitu apa hambatan dan tantangan dakwah asosiasi media pondok jawa timur di media sosial.

1. Strategi Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur Di Media Sosial Youtube

Pada pembahasan kali ini adalah merupakan analisis dari data yang disajikan dalam bab tiga di poin penemuan data penelitian. Maka mengacu pada rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube dan yang kedua yaitu apa hambatan dan tantangan dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube.

Mengacu pada konsep berdakwah merupakan sebuah usaha yang bertujuan meningkatkan pemahaman ilmu agama dan mengubah pola hidup, sikap, batin dan apapun sesuai dengan ajaran agama islam untuk tujuan bahagia dunia dan juga akhirat. Bentuk ini sama dengan pola yang dilakukan oleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur dalam berdakwah di media sosial Youtube. Dalam penelitian ini menemukan bentuk dakwah yang dilakukan oleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube ada 2 yang pertama adalah dengan konten film pendek – dan yang kedua adalah negan menggunakan Live streaming pengajian kitab kuning.

Yang pertama Sesuai dengan data yang di temukan dalam penelitian ini maka Pemahaman ilmu agama dalam konten film – film pendek dalam Youtube Asosiasi Media Pondok Jawa Timur ini mengenai sebuah nilai – nilai islam yang di pelajari di pondok pesantren kemudian diangkat dalam bentuk film, artinya di sini merekayasa sebuah adegan kejadian dengan tujuan untuk menunjukkan bagaimana sebenarnya nilai – nilai tersebut di implementasi dan di praktekkan dalam kehidupan sehari – hari.

Kemudian sesuai dengan tujuan Asosiasi Media Pondok Jawa Timur bahwasanya selain menyampaikan ajaran Islam yang di sampaikan di pondok pesantren juga ingin mengembangkan dan mengenalkan Pondok Pesantren dengan citra yang bagus. Dalam film pendek yang disajikan oleh Media Pondok Jawa Timur juga mengangkat tradisi dan budaya di pondok pesantren dan juga dalam film ini menggambarkan bagaimana kehidupan sebenarnya di pondok pesantren, dengan begini maka khalayak dapat menilai dan memahami tentang pondok pesantren. sesuai dengan data penelitian budaya-budaya dan tradisi yang disampaikan dalam film pendek ini seperti gotong royong, bersikap mandiri, berjamaah, ngaji kitab kuning dll.

Yang kedua adalah konten Live streaming pengajian kitab kuning. Sesuai dengan data temuan peneliti dalam penelitian ini adalah sebuah pemahaman yang di berikan kepada khalayak dengan cara mengaji kitab kuning yang di lakukan secara online melewati live streaming di media sosial youtube. Mengaji kitab kuning adalah salah satu dakwah dengan memberi pemahaman tentang syariat islam dengan refrensi yang jelas, selain itu konten ini menunjukkan bahwasanya ini merupakan bentuk tradisi pondok pesantren yang di naikkan di media sosial. Pengajian kitab kuning adalah merupakan tradisi atau sistem belajar yang di lakukan di pondok pesantren dan telah di lakukan dari zaman dahulu. Artinya Asosiasi Media Pondok Jawa Timur ini merupakan sebuah inovasi – inovasi dalam melakukan perkembangan dakwah pesantren di era

perkembangan teknologi.

Pada poin selanjutnya adalah mengenai konsep strategi dakwah, dalam pembahasan kali ini ada dua konsep strategi dakwah yang digunakan dalam menganalisis konten dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube, yang pertama adalah strategi yang di tawarkan oleh Prof. Muhammad Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah dan yang kedua adalah strategi dakwah yang di tawarkan oleh Dr. Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni dalam kitab AL Madkhol Illa Ilami Dakwah.

Yang pertama adalah strategi dalam konten film – film pendek di media sosial Youtube Asosiasi Media Pondok Jawa Timur. Jika mengacu pada strategi yang tawarkan Prof Ali Aziz maka film pendek ini sesuai dengan Strategi Tilawah, strategi tilawah adalah strategi yang mitra dakwah berperan sebagai pendengar atau membaca sendiri intinya disini mitra dakwah mentafsirkan sendiri dari pesan yang telah di sampaikan. Jika dikaitkan dengan konsep film pendek maka mitra dakwah dalam pembahasan ini berperan menafsirkan dan memahami sendiri dari sebuah film yang telah di sajikan oleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtubanya.

Kemudian mengacu pada strategi dakwah yang di tawarkan oleh Dr. Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni dalam konten film pendek ini sesuai dengan Strategi Dakwah Indrawi, Strategi Indrawi merupakan strategi dakwah yang mengutamakan aspek eksperimen atau pementasan. Contohnya kesenian, Pementasan drama, preaktek keagamaan, teater, dll. jika di kaitkan dengan konsep dari film pendek maka ini film pendek yang di gunakan sebagai konten dakwah oleh Media Pondok Jawa Timur merupakan sebuah seni pementasan drama secara online. Maka dengan konfirmasi ini di putuskan dalam pembahasan ini konten film pendek merupakan strategi indrawi.

Yang kedua adalah konten dengan menggunakan live streaming kitab kuning pengajian jika lihat dan konfirmasi konten dengan strategi yang di tawarkan oleh Prof Ali Aziz maka konten ini sesuai dengan Strategi Ta'lim, strategi ta'lim merupakan strategi dakwah yang mengutamakan aspek pembelajaran baik secara formal dan non formal, seperti pengajian kitab, pengajian Al Quran, dll. Maka jika dikaitkan dengan konten live streaming pengajian kuning ini sesuai yaitu sama - sama mengutamakan proses pembelajaran atau pemahaman.

Kemudian jika dikaitkan dengan tawaran strategi dakwah Dr. Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni maka konten live streaming ini sesuai dengan Strategi Rasional, strategi rasional merupakan strategi yang mengutamakan aspek pemikiran dan pemahaman. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk mengunakan pemikiran pemahaman, hukum fisika , diskusi.dll. Ini sama dengan konsep dalam live streaming pengajian kitab dalam konten ini, konsep dari konten ini merupakan mengaja orang untuk belajar dan memahami tentang kajian syariat islam melewati pembelajaran atau pengajian kitab. Intinya didalam kajian ini sama – sama memanfaatkan akal rasional dalam memahami pesan dakwah.

Dalam analisis poin pertama dari rumusan masalah ini dapat diambil kesimpulan bahwasanya dari konten dakwah oleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di Media Sosial Youtube ini sesuai dengan konsep strategi yang di tawarkan oleh Prof Ali Aziz dan Dr. Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni. Disini menyebutkan konten yang pertama Film Pendek sesuai dengan Strategi Tilawah dari Prof Ali Aziz dan sesuai dengan Strategi Indrawi oleh Al-Bayanuni. Sedangkan yang kedua adalah konten live streaming pengajian sesuai dengan Strategi Ta'lim oleh Prof Ali Aziz dan juga sesuai dengan Strategi Rasional oleh Al-Bayanuni.

2. Hambatan dan Tantangan Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur Di Media Sosial Youtube

Untuk pemahasan analisis dari point yang kedua berdasarkan rumusan masalah yang kedua yaitu mengenai Hambatan dan tantangan dalam dakwah media pondok jawa timur di media sosial Youtube. Di era revolusi industri 4.0 perkembangan teknologi dan informasi sangat cepat, sehingga mengubah pola kehidupan masyarakat. Kini teknologi merupakan kebutuhan pokok yang wajib ada dalam kehidupan masyarakat. Mulai dari bangun tidur sampai tidur lagi, mungkin hanya tidur yang tidak butuh teknologi . Ini menunjukkan kebudayaan baru telah terlahir. Dengan adanya teknologi banyak manfaat yang didapat seperti lebih mudah dalam mengirim informasi atau menerima informasi. Dan ini intinya dakwah mempunyai peluang yang sangat tinggi, karena dakwah juga konsep menyapaikan informasi dan pesan dengan landasan agama islam.

Bukan berarti dakwah bisa berjalan mulus dan tidak ada hambatan. Justru dengan mudahnya infomasi diterima dan didapat. Kini semakin banyak masalah yang timbul dalam berdakwah. Kini berdasarkan pengamatan peneliti dilapangan menemukan beberpa Hambatan dan tantangan dakwah Media Pondok Jatim di media sosial Youtube.

Point yang pertama Hambatan dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur, hambatan merupakan sebuah masalah yang timbul cenderung dari internal atau dari dalam sebuah organisasi. Maka dari itu ada beberapa hambatan yang di temui peneliti dalam penelitian ini yaitu.

Yang pertama adalah Sumber Daya Manusia (SDM) kurang memadai. Jadi dengan berkembangnya teknologi mempengaruhi segala aspek kehidupan salah satunya adalah kegiatan berdakwah. Kini dakwah tidak cukup hanya mengandalkan keilmuan

agama namun juga harus didukung dengan pengetahuan tentang teknologi dan informasi. Dalam penelitian ini menemukan bahwasanya banyak anggota dari pondok – pondok pesantren yang masih gaptek atau kurang mengerti tentang teknologi dan informasi. jadi permasalahan ini hambatan dalam dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial.

Akan tetapi selain itu, peneliti juga menemukan bahwa Asosiasi Media Pondok Jawa Timur ini sudah melakukan beberapa kegiatan untuk mengatasi ini. Kegiatan itu adalah Madrasah Media, madrasah media merupakan program dari Media Pondok Jawa Timur yang bertujuan mengedukasi santri – santri dari anggota Media Pondok Jawa Timur dalam bidang media dan teknologi. dan berharap nantinya bisa bersaing dalam dakwah digital di era kemajuan teknologi.

Yang kedua adalah Peralatan Yang kurang memadai. Untuk mendapatkan kualitas video yang bagus maka juga butuh peralatan yang memadai. Nah dalam penelitian ini menemukan bahwasanya dalam proses pembuatan film pendek masih banyak pondok – pondok yang beralasan mengenai alat yang kurang memadai. Terlihat beberapa pondok masih menggunakan hp untuk membuat film – film pendek terutama pondok – pondok salaf . Hal ini menjadi kelemahan Asosiasi Media Pondok Jawa Timur dalam berdakwah melewati film pendek dan Live Streaming Pengajian. Kualitas alat yang memadai sangat berpengaruh dalam persaingan dengan para konten kreator lainnya apalagi di era perkembangan teknologi.

Yang ketiga adalah kantor sekretariat. dalam sebuah organisasi kantor adalah pusat administrasi dan informasi mengenai organisasi itu sendiri, jadi kantor adalah hal yang sangat penting. Dalam penelitian ini menemukan bahwasanya Asosiasi Media Pondok Jawa Timur ini belum mempunyai kantor sendiri, namun masih numpang dan berpindah pindah dari pondok satu ke pondok lain namun lebih sering berada di

melang di pondok pesantren Karang Besuki Gasek Malang, tepatnya di pondok Kyai Marzuki Mustamar. Hal semacam ini merupakan sebuah hambatan dalam berdakwah dan juga menghambat perkembangan. Jadi lebih idealnya sebuah organisasi memiliki kantor sekretariat tersendiri.

Yang keempat adalah kondisi lapangan. Kondisi lapangan yang di maksudkan dalam penelitian ini adalah sebuah kondisi pondok – pondok yang terpencar, untuk saat ini para pengurus Media Pondok Jawa Timur masih kesusahan dalam mengontrol proses perkembangan kegiatan dakwah yang telah di bentuk oleh Media Pondok Jawa Timur. Salah satu bentuknya adalah ketika sulitnya berkomunikasi walaupun ada group sendiri namun terkadang kurang maksimal dalam menyampaikan pesan. berbeda dengan ketika bertemu langsung. Hal – hal semacam ini sering terjadi dan ini masih menjadi hambatan dalam dakwahnya Media Pondok Jawa Timur.

Point yang kedua adalah Tantangan Dakwah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur. Dalam penelitian ini menemukan beberapa tantangan yang di hadapi Media Pondok Jawa Timur dalam berdakwah yaitu.

Yang pertama adalah Persaingan konten Di Dunia Media Mainstream, kini konten di media sosial sudah sangat beragam banyaknya mulai dari dakwah, hiburan game, dan masih banyak lagi macamnya. Kemajuan media dan informasi kini menimbulkan banyak orang yang berprofesi menjadi konten kreator. Sesuai dengan data yang telah di temukan maka konten dakeah Asosiasi Media Pondok Jawa Timur bukan hanya bersaing dengan Konten dakwah namun juga bersaing dengan semua jenis konten yang ada dalam media sosial untuk mendapat perhatian kemudia di tonton dan dakwahnya tersampaikan. Jadi yang pertama seperti itulah gambaran tantangan dakwah di era perkembangan teknologi.

Yang kedua adalah Perubahan Sikap Dan Karakter Khalayak. Akibat perkembangan teknologi pertukaran budaya sangat mudah terjadi dan ini adalah tantangan dakwah di era modern. Dengan banyaknya budaya masuk melalui internet selain mengikis kebudayaan identitas sendiri juga mengikis keimanan seseorang dalam beragama. Selain itu jika kita amati sekarang bagaimana seseorang sangat mudah tersinggung, mudah dalam menyebarkan informasi yang tidak jelas sumbernya. Jadi media sosial dan internet adalah sebuah hal yang sangat sensitif dan disini adalah tantangan bagi para pendakwah untuk berinovasi membuat konten dakwah dengan sangat teliti. Kini dakwah di era modern saya rasa harus bersifat lebih simple, tidak bertele-tele, dan tidak bersifat menggurui. Dan ini adalah tantangan yang harus dijawab oleh para pendakwah melenila di era perkembangan teknologi.

B. Konfirmasi Temuan dengan Teori

Dakwah merupakan kewajiban bagi seorang muslim untuk menyampaikan kepada seluruh umat di dunia supaya dengan baik dan tanpa kekerasan, dengan tujuan bisa hidup damai dan tentram. Dalil-dalil yang menjelaskan kewajiban berdakwah banyak disebutkan dalam Al-Quran.⁸⁷ Salah satunya adalah dalam surah Al-Imron ayat 104.

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

Artinya :

*Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.*⁸⁸

⁸⁷ Aliyudin Permai, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, Bandung: Widia Padjajaran. 2009.

⁸⁸ Al-Quran, Surah Al Imron ayat 104.

Dakwah dengan menggunakan kemajuan teknologi merupakan bentuk perkembangan dakwah di era Revolusi Industri 4.0. Pernyataan ini sebagaimana dakwah yang diperlihatkan oleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur. Dari paparan data di atas menunjukkan Media Pondok Jatim menggunakan media sosial sebagai media dakwah yang mempunyai tujuan menyampaikan dakwah pesantren lewat media sosial supaya mempunyai khalayak dan sasaran yang lebih luas.

Merujuk pada penjelasan sebelumnya bahwasanya Asosiasi Media Pondok Jawa Timur adalah sebuah Asosiasi perkumpulan dari pondok-pondok pesantren se-jawa Timur yang berdakwah menggunakan media sosial. Tujuan dari asosiasi ini adalah mengangkat dakwah pesantren ke media sosial. . Perkembangan teknologi ini secara tidak langsung juga mengembangkan dalam bidang dakwah, dengan adanya internet dan media sosial kini dakwah dapat menyebarkan kebaikan dengan waktu yang singkat dan bisa sampai ke khalayak luas sekaligus. Fenomena ini sesuai dengan teori Determinisme Teknologi yang di cetuskan oleh *Marshall McLuhan* pada tahun 1962 yang Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat, dan teknologi tersebut mengarahkan manusia bergerak dari satu abad teknologi ke teknologi yang lain.⁸⁹

Selain teori Determinisme Teknologi dalam penelitian ini juga di konfirmasi dengan teori difusi inovasi oleh Everett M Rogers pada tahun 1960. Asumsi dari teori ini sedikitnya ada 5 tahap dalam prosesnya, yaitu: Pengetahuan, persuasi, keputusan, pelaksanaan dan konfirmasi.⁹⁰

⁸⁹ Surahman, —*Determinisme Teknologi Komunikasi Dan Globalisasi Media Terhadap Seni Budaya Indonesia*, 31

⁹⁰ Everett M Rogers, *Diffusions of Innovations*. 3rd Edition

Di mulai dari tahapan pertama yaitu pengetahuan. Yaitu pengetahuan tentang bagaimana inovasi seharusnya dilakukan sesuai data penelitian bahwasanya inovasi berdakwah dengan menggunakan konten film pendek dan live streaming ini di lakukan di media sosial youtube, karena ini di lakukan seiring dengan perkembangan teknologi dan perkembangan dari dakwah itu sendiri. Untuk bisa bersaing dan berkembang di kemajuan teknologi maka harus dilakukan inovasi dalam dakwah.

Tahapan yang kedua tahapan persuasif disini masyarakat bersifat mendukung dan tidak mendukung dengan adanya inovasi. Jika melihat beberapa respon dari data penelitian maka inovasi dalam dakwah yang dilakukan oleh Media Pondok Jawa Timur ini banyak alumni – alumni yang mendukung bahkan mengikuti live streaming pengajian kitabnya. Namun di balik itu mungkin juga ada khalayak yang kurang setuju.

Tahapan yang ketiga keputusan, dalam penentuan inovasi dalam dakwah yang di lakukan oleh Media Pondok Jawa Timur ini di lakukan secara bersama dan semua individu terlibat dalam pengambilan inovasi ini. Kemudian tahapan yang ke empat adalah pelaksanaan, dalam penelitian ini pelaksanaan mengambil inovasi berdakeah dengan media sosial youtube dengan konten Film pendek dan live streaming pengajian adalah bentuk pelaksanaan yang sudah berjalan.

Tahapan yang kelima adalah konfirmasi, tahapan konfirmasi adalah sebagai penguat dari keputusan yang sudah dijalankan yaitu tentang komentar dan bentuk tanggapan dari mitra dakwah atau khalayak, dalam penelitian ini menemukan alumni pondok berkomentar positif dengan inovasi yang di jalankan bahkan juga mengikuti pengajian kitab kuningnya yang di lakukan secara live.

Kemudia mengacu Pada penelitian ini mempunyai 2 focus penelitian yang pertama adalah strategi dakwah media pondok jawa timur dan yang kedua adalah hambatan dan tantangan dakwah media pondok jatim di media sosial Youtube. Pada penelitian ini

menemukan ada dua konten dalam media sosial youtube Media Pondok Jawa Timur yang pertama adalah film pendek dan yang kedua live streaming pengajian kitab kuning.

Konsep strategi dakwah yang di tawarkan oleh Prof, Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah maka strategi dakwah di bagi menjadi 3 macam 1. Strategi Tilawah 2. Strategi Takziyah 3. Strategi Ta'lim .⁹¹ kemudian ada lagi yaitu konsep strategi dakwah Al Bayanuni ada tiga macam 1. Strategi Sentimental 2. Strategi Rasional 3. Strategi Rasional. Maka disini temuan dalam penelitian ini akan di konfirmasi dengan 2 konsep strategi ini.⁹²

Yang pertama adalah strategi dalam konten film – film pendek di media sosial Youtube Asosiasi Media Pondok Jawa Timur. Jika mengacu pada strategi yang tawarkan Prof Ali Aziz maka film pendek ini sesuai dengan Strategi Tilawah, strategi tilawah adalah strategi yang mitra dakwah berperan sebagai pendengar atau membaca sendiri intinya disini mitra dakwah mentafsirkan sendiri dari pesan yang telah di sampaikan. Jika dikaitkan dengan konsep film pendek maka mitra dakwah dalam pembahasan ini berperan menafsirkan dan memahami sendiri dari sebuah film yang telah di sajikan oleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtubanya.

Kemudian mengacu pada strategi dakwah yang di tawarkan oleh Dr. Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni dalam konten film pendek ini sesuai dengan Strategi Dakwah Indrawi, Strategi Indrawi merupakan strategi dakwah yang mengutamakan aspek eksperimen atau pementasan. Contohnya kesenian, Pementasan drama, praktek keagamaan, teater, dll. jika di kaitkan dengan konsep dari film pendek maka ini film pendek yang di gunakan sebagai konten dakwah oleh Media Pondok Jawa Timur merupakan sebuah seni pementasan drama secara online. Maka dengan

⁹¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi*. Prenada Media.(2019).

⁹² Ibid.

konfirmasi ini di putuskan dalam pembahasan ini konten film pendek merupakan strategi indrawi.

Yang kedua adalah konten dengan menggunakan live streaming kitab kuning pengajian jika lihat dan konfirmasi konten dengan strategi yang di tawarkan oleh Prof Ali Aziz maka konten ini sesuai dengan Strategi Ta'lim, strategi ta'lim merupakan strategi dakwah yang mengutamakan aspek pembelajaran baik secara formal dan non formal, seperti pengajian kitab, pengajian Al Quran, dll. Maka jika dikaitkan dengan konten live streaming pengajian kuning ini sesuai yaitu sama - sama mengutamakan proses pembelajaran atau pemahaman.

Kemudian jika dikaitkan dengan tawaran strategi dakwah Dr. Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni maka konten live streaming ini sesuai dengan Strategi Rasional, strategi rasional merupakan strategi yang mengutamakan aspek pemikiran dan pemahaman. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk mengunakan pemikiran pemahaman, hukum fisika , diskusi.dll. Ini sama dengan konsep dalam live streaming pengajian kitab dalam konten ini, konsep dari konten ii merupakan mengaja orang untuk belajar dan memahami tentang kajian syariat islam melewati pembelajaran atau pengajian kitab. Intinya didalam kajian ini sama – sama memanfaatkan akal rasional dalam memahami pesan dakwah.

Pembahasan selanjutnya adalah konfirmasi data tentang temuan berupa Hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh media pondok jatim dalam berdakwah. Jika mengacu kembali kepada teori *Determinisme Teknologi* di atas banyak dampak yang ditimbulkan oleh teori ini baik dampak positif atau negatif.⁹³ Dampak positifnya adalah dengan perkembangan teknologi maka akan mengubah pola hidup, komunikasi,

⁹³ Berger and Luchman, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan, Terj. Hasan Basari Dari The Sosial Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*,30-31

manusia menjadi lebih mudah dan efisien dan praktis termasuk juga dalam berdakwah karena hanya perkembangan teknologi yang mampu mengembangkan dakwah bisa menyampaikan pesan secara cepat ke khalayak yang luas. Dan kemudian dampak negatifnya adalah yang pertama perkembangan ini akan mempengaruhi gaya hidup dan budaya, seperti berpakaian, gaya makan, berkomunikasi dan model hiburan. Yang kedua menipisnya nilai kebudayaan dan yang lebih di dominasi dengan nilai nilai dari kebudayaan asing, ini akan mempengaruhi moral bangsa dan agama. Yang ketiga dengan konsumtive teknologi secara berlebihan akan membuat manusia mengarah kepada pemiskinan spiritual dan falsafah hidup hedonistik.⁹⁴

Dengan kemajuan teknologi dan melihat dampak yang ditimbulkan maka hambatan dan tantangan media pondok jatim dalam proses berdakwahnya begitu sulit. Sebagai mana yang di temui penulis dari penelitian ini dengan pengaruh kemuajuan teknologi dan informasi ada beberapa hambatan dalam dakwah yang di lakukan oleh Media Pondok Jawa Timur yaitu. 1. Sumber Daya Manusia (SDM) Kurang Memadai 2. Peralatan Media Kurang Memadai 3. Kantor (sekretariat) 4. Jarak Pondok Pesantren. kemudian tantangannya adalah 1. Persaingan Konten Di Media Sosial 2. Perubahan Sikap Dan Karakter Khalayak. Ini adalah bentuk tantangan dan hambatan yang di temui dalam penelitian ini dalam dakwah Media Pondok Jawa Timur di media sosial Youtube.

⁹⁴ Asep Muhyiddin, *Metode Pengembangan Dakwah*, I (Bandung; Pustaka Setia,2002),Hlm.23.



BAB V
PENUTUP
UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan data penelitian dan konfirmasi teori dari penjabaran tentang rumusan masalah yang peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan beberapa point penting dari proses dakwah yang dilakukan oleh Asosiasi Media Pondok Jawa Timur di Media Sosial Youtube. Yang pertama adalah Strategi dakwah yang digunakan oleh media pondok jawa timur di media sosial Youtube dan yang kedua adalah Hambatan dan tantangan proses dakwah media pondok jawa timur di media sosial Youtube. Maka dari itu kesimpulannya adalah sebagai berikut :

- a. Strategi dakwah Asosiasi Media pondok Jawa Timur di media sosial Youtube. Dalam penelitian ini menemukan ada dua konten yang di gunakan dalam berdakwah di youtube yang pertama adalah dakwah menggunakan konten film pendek, dakwah menggunakan konten film pendek ini jika di konfirmasi dengan strategi komunikasi masuk pada Strategi Tilawah yang di tawarkan Prof Ali Aziz sedangkan jika di konfirmasi dengan strategi dakwah Al Bayanuni termasuk dalam strategi Indrawi. Kemudian untuk konten yang kedua adalah Live Streaming Pengajian Kitab Kuning. Konten ini di konfirmasi dengan konsep strategi dakwah Prof Ali Aziz sesuai dengan Strategi Ta'lim, kemudian jika di onfirmasi dengan konsep Al Bayanuni sesuai dengan Strategi Rasional.
- b. Hambatan dan Tantangan Asosiasi Media Pondok Jawa Timur dalam dakwah di media sosial Youtube. Untuk hambatan yang dilalui oleh media pondok jatim di era kemajuan teknologi yang pertama sumber daya manusia yang kurang memadai kurangnya menguasai media dan tecknologi adalah hambatan dalam dakwah Media Pondok Jawa Timur. Yang keuda adalah peralatan yang kurang memadai, peralatan yang kurang memadai membuat hambatan dalam berkembang dan bersaing dengan para konten kreator lainnya. yang ke tiga adalah tidak punya kantor, karena kantor adalah sebuah hal yang sangat penting dalam berorganisasi maka belom punya kantor ini menjadi hambatan dalam berdakwah. Yang ke empat adalah jarak pondok pesantren yang terpencar, ada beberpa pondok pesantren yang terpencar sehingga membuat susah untuk menyampaikan pesan, ini juga termasuk hambatan dakwah yang di alami oleh media pondok jawa timur ini Selanjutnya adalah tantangan dakwah media pondok jatim di media sosial.

Ada dua yang pertama adalah persaingan konten di media sosial. Dengan berkembangnya teknologi maka semakin banyak konten kreator yang membuat konten, bukan hanya konten dakwah akan tetapi persaingan ini dengan semua genre yang ada di media sosial. Yang kedua adalah perubahan sikap dan karakter kalayak atau masyarakat. Dengan banyaknya pengaruh budaya atau informasi dari internet maka sekarang khalayak lebih sensitif dan gampang tersinggung. Maka dari itu tantangan dalam dakwah kali ini membuat konten dengan lebih halus dan tanpa menginggung, contohnya yaitu bersifat mudah di cerna, tidak bertele- tele dan tidak bersifat menggurui.

B. Rekomendasi

Menindak lanjuti atas proses penelitian yang telah selesai, maka peneliti memiliki beberapa rekomendasi agar bisa dijadikan bahan pertimbangan bagi beberapa pihak di antaranya adalah

1. Penelitian terkait dakwah asosiasi media pondok jawa timur di media sosial youtube ini hanya berfokus pada strategi yang digunakan dalam berdakwah dan hambatan dan tantangan dalam proses dakwahnya di media sosial Youtube. Dalam hal ini maka peneliti mengharapkan adanya tindak lanjut bagi para akademisi untuk melakukan penelitian lainnya dengan menggunakan metode penelitian yang berbeda.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber rujukan bagi praktisi dakwah dalam mengembangkan dakwah dalam perkembangan teknologi dan infomasi di era revolusi industri 4.0.



Daftar Pustaka

Abdullah, Dzikron. *Metodologi Dakwah*. Semarang: IAIN Walisongo, 1989.

Abdullah, *Wawasan Dakwah Kajian Epistemologis, Konsepsi dan Aplikasi Dakwah*, IAIN
Pers: Medan, 2002.

Ali Aziz, Mohammad. *Imu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2004.

Anshari, Hafidz. *Pemahaman dan Pengalaman Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlash, 1993.

Anton Widodo, *Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0*, khabar 1, no. 1 (2019).

Aminudin Sanwar, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1986.

Aminuddin, *Media Dakwah*, Al-Munzir Vol. 9. No. 2 November 2016.

Arifin, Anwar. *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu,

2011.

Arifin, Imron. Mumammad Slamet. *Kepemimpinan Kyai Dalam Perubahan Manajemen Pondok Pesantren*. Tesis; Universitas Hasyim Asyari, 2013.

Arifin, Muhammad. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Dan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).

Asep S, Muhtadi. Ujang Saefullah, Imron Rosyidi, Dadan Anugrah. *Digitalisasi Dakwah Di Era Disrupsi Analisis Urgensi Dakwah Islam Melalui New Media Di Tatar Sunda*.
global research on coronavirus disease (COVID19).

Asep Shaifuddin, Sulhawi Rubba, *FIkih Ibadah Safari ke Baitullah*, Surabaya: Garisi, 2011.

Asmar, Afidatul. *Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru Dan Dakwah*. Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 40 No.1 2020.

Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*, Al-Ikhlas, 1993.

Bactiar, Wardi. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997.

Bambang Saiful, Ma'arif. *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.

Berger and Luchman, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan, Terj. Hasan Basari Dari The Sosial Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*.1990.

Brent, D Ruben dan Lea P Stewart, *Komunikasi dan Perilaku Manusia*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.

Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.

Biagi, Shirley, *Media/Impact Pengantar Media Massa, Jakarta : Penerbit Salemba Humanika*, 2010.

- Cep Aripudin. *Pengembangan Metode Dakwah: Respon Da"i Terhadap Dinamika Kehidupan di Kaki Cerimai*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Danim, Sudarmawan. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Darwis, Mohammad. *Rejuvenasi Paradigma Dakwah Di Era 4.0*. Vol. 5, No. 1, Februari 2019.
- Dwi Atmoko, Bambang. *Instagram Handbook* , Jakarta: Media Kita, 2012.
- Elhany, Hemlan. *Dakwah Islam Di Era Globalisasi Perspektif Bimbingan Penyuluhan Islam*.
Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, Vol. 01, No. 02 Juli 2019.
- El-Ishaq, Ropingi. *Dakwah di Tengah Industrialisasi Media*. Vol. 03, No. 01, Juni, 2013.
- Fatriadi, Aldi. *Perspektif Dakwah Islam Dalam Penggunaan Aplikasi Tiktok Dimasa Pandemi Covid-19*, Jurnal Mediakom / VOL. 34. NO. 1 Januari – Juni 2020.
- Fitria, Rini. *Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0*. jurnal Dawuh Vol.1, No.1, Maret 2020.
- Friedman, Thomas L. *The World is Flat. United State: Farar, Straus and Giruox*. 2005.
- Hamidati, Anis. *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2011.
- Harisah, *Revitalisasi Dakwah Pemuda Era 4.0 (Dalam Membentuk Karakter Masyarakat Ekonomi Syariah Di Madura)*. Jurnal Dakwah, Vol. 20, No. 1 Tahun 2019.
- Herliani, Lia. *Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda)*. EJournal Ilmu Komunikasi, vol. 3, No. 4, 2015.
- Huda, Sokhi. *"Paradigma Ilmu Dakwah Dan Pengembangannya Melalui Kajian Empiri"*,
Jurnal Ilmu Dakwah, Vol. 9 No. 1, April 2004.
- Husain, Muhammad. Fadhullah, Al-Husaini. *Metodologi Dakwah Dalam Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera, 1997.
- Ilaahi , Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.

- Juraman Stefanus, Rodrick. *Pemanfaatan Smartphone Android Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Mengakses Informasi Edukatif (Studi Pada Mahasiswa Ilmu komunikasi Fispol Unsrat)*, Surakarta: ejournal. unsrat .ac.id Volume III. No.1. 2014.
- Kaplan, HaenLein, *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons, 2010.
- Lexy J.Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007.
- Marlina, *Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Media Dakwah Pada Masa Pandemi*, Qoulan: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 02, No. 2, 2020.
- M. Munir, *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- McLuhan, Marshal. *Understanding Media : The Extension of Man London & NewYork : Gingko*, Press.2003.
- McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar*, diterjemahkan oleh AgusDharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Penerbit Erlangga, 1987.
- Muhyiddin, Asep. *Metode Pengembangan Dakwah*, Bandung; Pustaka Setia, 2002.
- Mulyana, Deddy. Solatun. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008.
- Mulyati, Ani. *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan, 2014.
- Munir, Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia, 2015.
- M. Ridlo Syabibi, *Metodologi Ilmu Dakwah; Kajian Ontologis Dakwah Ikhwan Al-Safa*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Nasution, Azaz-Azaz *Kurikulum*, Bandung: Terate, 1964.
- Nurdin, Ali, Agoes Moh. Moefad, Advan Navis Zubaidi, and Rahmad Harianto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2013.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa, Jakarta : Raja Grafindo Persada*, 2011.

- Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000.
- Pardianto. *Meneguhkan Dakwah Melalui New Media. dalam Jurnal Komunikasi Islam*. Vol. 03 No. 01. Surabaya: UIN Sunan Ampel, Juni 2013.
- Permai, Aliyudin. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, Bandung: Widia Padjajaran. 2009.
- Risdiana, Aris. Reza Bakhtiar Ramadhan, *Dakwah Virtual Sebagai Banalitas Keberagamaan Di Era Disrupsi*. Jurnal Fikrah, Vol 7, 2019.
- Rubawati, Efa. *Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*. *Jurnal Studi Komunikasi*, Vol 2, No. 1, Maret, 2018.
- Sanwar, Aminudin. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang, 1986.
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo, 2012.
- Semiawan, Conny R. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis Karakteristik Dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo, 2008.
- Shaifuddin, Asep. Sulhawi Rubba, *Fikih Ibadah Safari ke Baitullah*. Surabaya: Garisi, 2011.
- Sondang P. Siagian. *“Organisasi, Kepemimpinan, Perilaku Administrasi”* .CV. Haji Mas Agung, Jakarta. , 1994.
- Sugihartati, Rahma. *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sukayat , Tata. *Quantum Dakwah*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Sulthon, Muhammad. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2003.
- Sulastri, Irta. Arifah Yenni Gustia, Lesnita Juniati, *Penggunaan Media Sosial Dalam Berdakwah: Study Terhadap Da’i Di Kota Padang, Al-Munir (jurnal komunikasi dan penyiyayan islam)*Vol, 11 No, 2, Desember 2020.
- Sumadi, Eko. *Dakwah Dan Media Sosial : Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi*. Vol. 4, No.

1 Juni 2016.

Syukir, Asmuni. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlâs, 1983.

Tamburaka, Apriyadi. *literasi media* ,Jakarta: PT Raja grafindo, 2013.

Tasmoro, Toto. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Media Pratama, 1997.

Wahid, Fathul. *E-Dakwah Dakwah Melalui Internet*. Yogyakarta: Gaya Media, 2004.

Warson Munawwir, Ahmad. *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap, Edisi Ke-2*,
Surabaya: Pustaka Progresif, 1997.

Widodo, Anton. *Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0*. Jurnal khabar 1, no. 1 2019.

Zaini, Ahmad. *Dakwah Melalui Internet* . Jurnal At-Tabsyir, Vol. 1 No. 1. Kudus: STAIN
Kudus, Juni 2013.

Zulfikar, Eko. Ahmad Zainal Abidin, *Etika Berdakwah Di Era Industri 4.0 (Tinjauan Dalam
Normativitas Al-Qur'an dan Hadis)*. Jurnal Dakwah, Vol. 20, No. 1 Tahun 2019.

[https://pwnujatim.or.id/profil-kh-marzuqi-mustamar/1 nov 2021](https://pwnujatim.or.id/profil-kh-marzuqi-mustamar/1-nov-2021),jam 09.00.

Al-Quran Surah *Al-Baqoroh* ayat 129.

Al-Quran Surah *Al-Baqoroh* ayat 151.

Al-Quran *Ali Imron* ayat 164.

Al-Quran *Al Jumuah* ayat 2.

Wawancara Informan 1, November 2021.

Wawancara Informan 2, November 2021.

Wawancara Informan 3, November 2021.

Wawancara Informan 4, November 2021.

Wawancara Informan 5, November 2021.

Wawancara Informan 6, November 2021.

Wawancara Informan 7, November 2021.

Wawancara Informan 8, November 2021.

Wawancara Informan 9, November 2021.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A