

**STRATEGI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PONDOK PESANTREN AS-SUJUUDIYYAH
DEMAK**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana Sosial (S.Sos)

Jurusan Manajemen Dakwah (MD)



Oleh:

Muhammad Rizal Tsani

1801036025

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2022



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Prof. Dr. Hamka KM.2 (Kampus 1 UIN Walisongo) Ngaliyan Telp. (034) 7506405
Semarang 50185 website: fakfakom.walisongo.ac.id email: fakfakom.uinws@gmail.com

NOTA PEMBIMBING

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth, Ketua Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

Di Semarang

Assalamu alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara :

Nama : Muhammad Rizal Tsani

NIM : 1801036025

Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Manajemen Dakwah

Judul : Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuadiyyah
Demak

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu alaikum Wr. Wb.

Semarang, 14 September 2022

Pembimbing,


Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag.

NIP. 196905011994031001

BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSAH

Nama Peserta Ujian	Muhammad Rizal Tsani
NIM	1801036025
Program Studi	Manajemen Dakwah
Judul Skripsi	Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyah Demak
Hari, Tanggal Ujian	Selasa, 27 September 2022
Waktu Ujian	09.00 – 10.00 WIB
Tempat Ujian	Ruang Sidang Utama FDK
Pembimbing	Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag
Ketua Sidang	Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag
Sekretaris Sidang	Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag
Penguji I	Dr. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Ag
Penguji II	Ibnu Fikri, S,Ag. M.S.I., Ph.D



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jalan Prof. Dr. Hamba Km 2 (Kampus 3 UIN WALISONGO) Ngaliyan, Semarang 50185.
Telepon (024) 7506405, Website : fakdakom.walisongo.ac.id, Email : fakdakom.uinwsi@gmail.ac.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQOSAH

Naskah Skripsi yang Berjudul:

**STRATEGI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PONDOK
PESANTREN AS-SUJUUDIYYAH DEMAK**

Disusun Oleh:

Muhammad Rizal Tsani

1801036025

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 27 September 2022 dan dinyatakan LULUS Ujian Munaqosah

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang

Prof. Dr. H. Hyas Supena, M.Ag.

NIP. 19720410 200112 1 003

Sekretaris Sidang

Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag.

NIP. 1969050 1199403 1 001

Penguji I

Dr. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Ag.

NIP. 19670823 199303 2 003

Penguji II

Ibnu Fikri, S.Ag., M.S.I., Ph.D.

NIP. 19780621 200801 1 005

Mengetahui, Pembimbing

Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag.

NIP. 1969050 1199403 1 001

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

pada 27 September 2022

Prof. Dr. H. Hyas Supena, M.Ag.

NIP. 19720410 200112 1 003



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwasanya skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya telah dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 14 September 2022



Muhammad Rizal Tsani

NIM. 1801036025

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan segala nikmat, taufiq, hidayah, serta inayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Yang mana semoga berkat shalawat kepada Baginda Nabi, kita semua diakui sebagai umatnya dan termasuk golongan ahli surga Aamiin Aamiin Yarobbal ‘Alamin.

Atas izin Allah SWT Skripsi yang berjudul “Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyah Demak” sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana S1 di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Pada proses penulisan skripsi penulis banyak hambatan. Namun, karena taufik dan inayah Nya penulis mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga skripsi dapat terselesaikan walaupun banyak kekurangan dan kesalahan. Penulis menyampaikan ucapan banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya terutama kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufik, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
2. Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
3. Dr. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang
4. Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag selaku Wali Studi sekaligus Pembimbing dalam Penulisan skripsi ini, sebagaimana beliau meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan masukan, kritikan dan saran untuk memotivasi penulis dalam proses pembuatan skripsi.
5. Segenap Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmunya baik langsung maupun tidak langsung dalam perjalanan pendidikan saya di UIN Walisongo Semarang.

6. KH. Munawar Sujud selaku pengasuh Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak yang saya *ta'dzimi*, yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian serta turut serta memberikan penulis data-data guna proses penyusunan skripsi.
7. Segenap pengurus Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak yang turut juga membantu penulis mengumpulkan data-data proses penyusunan skripsi.
8. Teman-teman seperjuangan MD A18 yang selalu memberikan semangat dan doa bagi penulis.
9. Teman-teman KKN RDR 77 Kelompok 52 yang sudah berjuang dalam mengabdikan di masyarakat dan juga yang telah memberikan semangat selalu dalam proses pembuatan skripsi penulis. Good Job Breee :D

Terima kasih penulis ucapkan kepada mereka atas semangat, motivasi dan doa, untuk semua kebaikan yang mereka perbuat penulis tidak bisa membalas kebaikannya satu persatu, selian hanya berdo'a semoga kebaikan yang telah dilakukan, diterima oleh Allah SWT dan mendapatkan kebaikan yang lebih baik lagi. Aamiin. Penulis menyadari bahwasanya penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Namun harapan penulis semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Semarang, 14 September 2022



Muhammad Rizal Tsani

NIM. 1801036025

MOTTO

كَمَا أَرْسَلْنَا فِيكُمْ رَسُولًا مِنْكُمْ يَتْلُو عَلَيْكُمْ آيَاتِنَا وَيُزَكِّيكُمْ وَيُعَلِّمُكُمُ
الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُعَلِّمُكُم مَّا لَمْ تَكُونُوا تَعْلَمُونَ

“Sebagaimana (Kami telah menyempurnakan nikmat kepadamu), Kami pun mengutus seorang Rasul (Nabi Muhammad SAW) dari (kalangan) kamu yang membacakan kepadamu ayat-ayat Kami, menyucikan kamu dan mengajarkan kepadamu kitab (Al-Qur’an) dan hikmah (Sunnah), serta mengajarkan apa yang belum kamu ketahui.”

(QS. Al-Baqarah [2]: 151)

ABSTRAK

Muhammad Rizal Tsani 1801036025 dengan skripsi yang berjudul “Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak”. Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah merupakan salah satu ponpes di Demak yang mulai memanfaatkan media sosial khususnya Instagram sebagai sarana dakwah pada masa kini. Oleh sebab itu, peneliti ini mengambil objek penelitian di Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak mengenai Dakwah Melalui Media Sosial Instagram.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak melalui media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sifat penelitiannya adalah deskriptif. Hal tersebut karena penelitian ini akan lebih menekankan analisis terhadap suatu fenomena dan berorientasi untuk menjawab pertanyaan penelitian melalui cara berfikir formal dan argumentative, terutama dalam menjawab rumusan masalah dari penelitian ini, mengenai bagaimana strategi dakwah melalui media sosial instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak serta faktor pendukung dan penghambat yang dialami Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, serta dokumentasi. Kemudian setelah melakukan proses penelitian dan berhasil mengumpulkan data hasil penelitian, maka penulis menggunakan teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya dakwah melalui media sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak sesuai dengan menurut Al-Bayanuni dimana dakwah dilakukan dengan mentransfer pesan dakwah dengan lebih banyak melewati indera pendengaran (*al-sam'*) dan indera pengelihatan (*al-abshar*) serta ditambah akal yang sehat (*al-af'idah*). Pengimplentasian yang dilakukan dengan cara mengunggah foto-foto maupun video yang memberikan pesan dakwah, dengan harapan dapat bermanfaat bagi penerima dakwah (*mad'u*). Pemanfaatan fitur-fitur yang ada juga menjadikan konten dakwah dapat lebih menarik. Sehingga dapat lebih memberikan kesan yang baik dan lebih memudahkan tersampainya pesan dakwah pada *mad'u*.

Dakwah melalui media sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak dipengaruhi oleh faktor pendukung dan penghambat yang ada. Faktor pendukung yang ada pada ponpes meliputi: a) adanya Balai Latihan Kerja (BLK). b) Dukungan *ridho* pihak *ndalem*. c) Dukungan para alumni ponpes. Sedangkan faktor penghambatnya terdiri atas: a) Tidak adanya waktu untuk pembelajaran lebih lanjut terkait dengan teknologi desain grafis. b) kurangnya semangat untuk lebih konsisten mengelola media ponpes.

Kata Kunci: *Strategi, Dakwah, Media Sosial*

DAFTAR ISI

COVER	i
NOTA PEMBIMBING	ii
BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSAH.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABLE.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Metode Penelitian.....	10
BAB II STRATEGI DAKWAH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM	16
A. Konsep Strategi Dakwah Pondok Pesantren	16
1. Pengertian Strategi	16
2. Pengertian Strategi Dakwah.....	16
3. Bentuk-bentuk Strategi Dakwah	17
4. Peran Strategi	21

5. Konsep Strategi Berdasarkan Analisis SWOT.....	21
6. Tujuan, Manfaat dan Fungsi Analisis SWOT	23
7. Tahap Perumusan Strategi Dengan Analisis SWOT	24
B. Konsep Dakwah	25
1. Pengertian Dakwah	25
2. Unsur-unsur Dakwah	27
C. Konsep Media Sosial.....	41
1. Pengertian Media Sosial.....	41
2. Sejarah Media Sosial.....	42
3. Jenis-jenis Media Sosial.....	43
D. Instagram.....	44
1. Pengertian Instagram.....	44
2. Sejarah Instagram.....	45
3. Fitur-fitur Instagram.....	46
4. Manfaat Instagram	47
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	48
A. Gambaran Umum Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak.....	48
1. Sejarah Pondok Pesantren	48
2. Struktur Kepengurusan.....	50
3. Tata Tertib.....	51
B. Gambaran Umum Profil Akun Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak.....	52
BAB IV ANALISIS STRATEGI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL	
INSTAGRAM PONDOK PESANTREN AS-SUJUUDIYYAH DEMAK.....	54
A. Analisis Strategi Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak.....	54
1. Faktor Internal Strategi Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak	55
2. Faktor Eksternal Strategi Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak	55

3. Strategi Dakwah Pondok Pesantren As-Sujudiyyah Demak Melalui Media Sosial Instagram.....	59
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65
C. Penutup.....	66
Daftar Pustaka	68
LAMPIRAN	

DAFTAR TABLE

Tabel 1. Matrik TOWS	23
Tabel 2. Matrik TOWS Strategi Dakwah Pondok Pesantren	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi Pondok Pesantren As-Sujuudiyah.....	52
Gambar 2. Beranda/Profil Akun Instagram @ponpes_assujuudiyah.....	54
Gambar 3. Peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW	59
Gambar 4. Teks Doa Akhir dan Awal Tahun Hijriah	60
Gambar 5. Lailatul Ikhtitam Posonan	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I -Hasil wawancara penelitian
- Lampiran II -Dokumentasi

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi terus dan semakin berkembang ke arah yang lebih maju. Internet merupakan suatu kecanggihan teknologi yang muktahir. Dampak yang ditimbulkan internet juga sangat besar terhadap kehidupan manusia. Ini bisa terlihat jelas dari pola hidup yang mulai berubah dan berkembang. Internet menjadi faktor utama dalam perkembangan tersebut, maka dari itulah segala aktifitas maupun pekerjaan terkesan lebih mudah dan ringan.

Perkembangan teknologi internet sangat pesat, hal ini tidak dapat dipungkiri, dan bahwasanya pada era sekarang ini masyarakat luas semakin dan sangat menyadari teknologi internet merupakan alat yang sangat berperan penting dalam mendapatkan informasi. Internet juga mempengaruhi segala lini kehidupan manusia, mulai dari ekonomi, pendidikan, kesehatan, politik, pariwisata, sampai dengan dakwah.

Sebenarnya, teknologi internet merupakan sarana yang baik di masa modern sekarang ini. Bilamana dapat dikelola dan dimanfaatkan dengan benar pada bidangnya masing-masing, dan diperuntukkan untuk keperluan yang dibutuhkan saja. Internet merupakan sebuah kecanggihan ilmu yang di anugerahkan Tuhan kepada manusia untuk dapat dimanfaatkan dengan baik dan benar. Manusia pada dasarnya harus menyadari prinsip dasar tersebut, supaya tidak mudah terlalaikan dengan perkembangan teknologi yang pesat ini.

Internet merupakan awal dari berkembangnya media massa. Seiring berjalannya waktu juga mengalami perubahan yang bervariasi, baik dari segi audio sampai dengan audio visual terus mengalami kemajuan. Teknologi dan komunikasi ini terus mengalami peningkatan sehingga memunculkan media sosial yang dimana merupakan tempat untuk manusia dapat berintraksi dengan yang lain.

Awal mula dibangun, media sosial merupakan platform untuk para penggunanya secara mudah untuk bertukar informasi. Perkembangan media

sosial juga menjadi tempat untuk pengembangan ide kreatifitas yang dapat dilakukan oleh semua orang. Informasi pada sekarang ini bisa disebar luaskan oleh semua orang, tidak lagi hanya dilakukan oleh suatu lembaga atau penerbit berita besar saja. Penerbitan dan penyebarluasan informasi sekarang ini sangat mudah, cepat dan dengan lingkup yang bebas atau luas.¹

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial yang terbilang cepat, sedikit banyak telah merubah sejumlah kegiatan dalam aktivitas keseharian dan praktik dalam berdakwah. Diketahui pula dakwah Islam memiliki kurang lebih 2 (dua) tantangan sekaligus. Pertama ialah dalam hal keilmuan dakwah itu sendiri dan yang kedua ialah problem praktis dalam menggunakan sarana dakwah masa kini.

Pelaksanaan dakwah Islam pada zaman sekarang setidaknya seorang *da'i* harus bisa atau ada orang sekitar yang sedikit banyak menguasai *platform* media sosial yang ada. Tuntutan tersebut bertujuan supaya informasi seputar dakwah Islam dapat dengan mudah dilihat dan dikonsumsi oleh masyarakat luas. Konteks media sosial sekarang ini juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana media dakwah yang dapat dimanfaatkan oleh para *da'i* untuk menyebarkan dakwah Islam.

Media sosial bilamana hanya dijadikan sebagai wacana pemikiran pengembangan dakwah pada masa sekarang memiliki arti yang *urgent*. Dikarenakan pada sekarang ini para *da'i* hampir semua memiliki perangkat teknologi informasi, baik *smartphone*, komputer, maupun laptop yang digunakan dalam keseharian. Seyogyanya teknologi informasi tersebut selain digunakan untuk sebagai sarana internet yang berfungsi sebagai alat bertukar informasi dan berkomunikasi juga dapat digunakan sebagai media dakwah dalam menyampaikan dakwah pada keseharian aktifitas seorang *da'i*.²

¹ Yuni Fitriani, "Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat". *Paradigma*, Vol. 19 No. 2, September 2017, hal. 148

² Syahrizal Dwi Putra, dkk, "Model Pengembangan Aplikasi Mobile E-Dakwah Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Metode Prototyping", *Jurnal of Information System, Informatics and Computing*, Vol. 4 No. 1, Juni 2020, hal. 116

Pengamalan dalam ilmu dakwah sendiri menyebutkan peran media sangat diperlukan, hal itu bertujuan agar dalam penyampaian pesan-pesan dakwah dapat lebih mudah diterima dan dipahami oleh para jama'ah. Seorang *da'i* harus memperhatikan perkembangan media sekarang ini, supaya seorang *da'i* dapat menggunakan dan memanfaatkan media sosial yang ada, baik itu media visual maupun audio visual.

Hamzah Ya'qub menjelaskan bahwasanya media dakwah terbagi menjadi lima klasifikasi besar, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak. Bilamana media dakwah tersebut dapat dimanfaatkan semua, itu merupakan awal yang baik bagi berkembangnya dakwah itu sendiri. Karena pada era digitalisasi sekarang ini, dakwah harus berjalan dengan lebih maksimal dengan memanfaatkan media sosial yang ada.

Populasi pengguna internet dan media sosial sendiri sangat tinggi, bahkan hal ini akan tetap terus bertahan dan bertambah hingga di masa mendatang. Dilansir dari surat kabar Republika, disebutkan “internet kini telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia”. Internet yang sudah menjadi konsumsi keseharian masyarakat, kebenaran kutipan tersebut tidak lagi bisa dipungkiri adanya. Hal ini tidak bisa dipungkiri, karena memang internet sudah menjadi konsumsi keseharian manusia pada umumnya.³

Penyebaran internet ke seluruh penjuru dunia memicu kreatifitas manusia dalam berkreasi, dalam segala bentuk tulisan, gambar, video, dan lain sebagainya. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana berkreasi dapat dilihat dari bermunculannya *platform-platform* media sosial ditengah-tengah kehidupan manusia sekaligus menjadi salah satu bukti nyata akan hal itu.

Pemanfaatan media sosial dapat dilakukan siapa saja, dimana saja, dan dengan adanya media sosial ini, dapat membawa kita berinteraksi dengan banyak orang dengan tidak terbatas waktu dan tempat. Berbicara terkait dengan media sosial, terdapat banyak sekali *platform* media sosial yang dapat diakses

³ Effendi Sadly, “Manajemen Dakwah Media Sosial: Telaah Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam”, Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB), Vol. 3 No. 2, November 2018, hal. 44-45

dan dimanfaatkan kegunaannya, antara lain: Instagram, YouTube, Facebook, Line, Whatsapp, Twitter, TikTok, Snack Vidio, Telegram, dan lain sebagainya.

Media sosial menjadikan progres perkembangan dakwah Islam dirasa cukup baik, terlepas dari tantangan-tantangan yang ada. Perkembangan dakwah dapat terlihat pada metode dan media sebagai sarana dakwah yang dilakukan para *da'i* itu sendiri. Sebenarnya penggunaan media sosial ternilai sangat mudah dan efisien. Seiring berkembangnya waktu, media sosial sendiri dirancang dengan sederhana akan tetapi termuat kecanggihan sistem yang luar biasa.⁴

Dakwah yang menggunakan sarana media internet juga merupakan suatu karakter dari berjalannya dan berkembangnya kebudayaan secara umum, yang dapat termasuk dalam ruang lingkup dakwah yang universal. Pada umumnya masyarakat atau *mad'u* berperan sebagai objek dalam pelaksanaan dakwah. Akan tetapi dalam perkembangannya, kemudian *mad'u* menjadi subjek aktif yang terlibat langsung dalam suatu proses pengetahuan dan pemahaman agama baik secara umum ataupun mendalam.

Pemahaman agama dalam penyampaiannya kepada masyarakat melalui atau menggunakan media sosial tergantung dengan pemahaman dan pengetahuan seorang *mad'u* dalam konteks beragama. Keperluan spiritual seorang *mad'u* juga menjadikan renungan tersendiri yang menyebabkan semangat menerima dan mencerna segala pemahaman agama yang didapatkan dari setiap pesan dakwah yang diterima melalui media sosial.

Sejatinya, dakwah Islam menjadi pilar utama dalam terjalannya komunikasi agama, karena melalui proses dakwah ini pesan-pesan kebenaran akan tersampaikan kepada *mad'u*. Penyampaiannya pula harus dengan cara-cara simpatik, bijaksana dan lebih humanis, apalagi pada era sekarang ini isu agama sangat sensitif pada masyarakat umum. Penyampaian dakwah dengan konsentrasi sosial budaya juga sangat ditekankan, karena hal tersebut dapat

⁴ Ulfa Fauzia, dkk, "*Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah*", Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol. 1 No. 2, Juni 2016, hal. 61

lebih mudah diterima dimasyarakat kita. Walaupun dakwah menggunakan media sosial, hal-hal tersebut tetap tidak boleh dilupakan oleh seorang *da'i*.⁵

Media sosial memiliki banyak sekali bentuk dengan keunggulan serta kelemahan yang ada. Terdapat beberapa media sosial yang dirasa dapat lebih efektif dalam menyampaikan dakwah, hal ini didukung dengan adanya fitur-fitur dari media tersebut, yang pastinya menarik untuk ditawarkan oleh *platform* media sosial tersebut. Kondisi saat ini, hampir semua generasi aktif dalam penggunaan media sosial, terlebih lagi pada generasi milenial.

Perkembangan media sosial inilah yang menjadikan mengapa perlu adanya penekanan khusus untuk para *da'i* agar bisa lebih memanfaatkan perkembangan media sosial yang ada. Media sosial yang digunakan hampir semua generasi ini menjadi sebuah momen berkembangnya dakwah Islam pada masa sekarang. Islam dapat lebih dikenal oleh siapa saja dengan mudah apabila pemanfaatan media sosial dapat dilakukan dengan baik oleh umat muslim pada umumnya.⁶

Penekanan ini tidak hanya diperuntukan pada *da'i* perseorangan saja, akan tetapi seluruh umat muslim sampai dengan organisasi baik formal maupun non formal juga harus dapat memanfaatkan *platform* media sosial. Manfaat dari semakin banyaknya umat muslim yang dapat memanfaatkan media sosial, secara otomatis kekuatan Islam pada media sosial juga akan semakin kokoh dan kuat.

Platform media sosial yang begitu banyaknya, maka penelitian ini akan difokuskan pada media sosial Instagram yang penulis rasa cukup efektif. Analisa yang telah dilakukan penulis sendiri, sudah banyak tokoh-tokoh dari kalangan pemerintah maupun agama sampai dengan sebuah organisasi sedang mengembangkan penggunaan media sosial instagram ini. Berpatokan dengan banyaknya pondok pesantren yang juga memulai memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana dakwah.

⁵ Efa Rubawati, "*Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*", Jurnal Studi Komunikasi, Vol. 2 No. 1, Maret 2018, hal. 128-129

⁶ Lutfi Fatmasari, dkk, "*Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama Melalui Instagram @NUONLINE_ID*", Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman, Vol. 7 No. 1, Maret 2021, hal. 118

Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak merupakan salah satu pondok pesantren yang memiliki total 130 santri dan santriwati, dan merupakan salah satu pondok yang telah memulai memperhatikan pengelolaan media sosial Instagram secara perlahan. Walaupun secara praktiknya dinilai masih kurang baik dan mayoritas santri masih terbelah awam terhadap teknologi dan kurang akan pembelajaran teknologi digital, akan tetapi pihak pesantren sudah melakukan upaya-upaya awal dalam memberikan pembelajaran mengenai penggunaan, pengelolaan serta pemanfaatan teknologi untuk para santri. Pembelajaran atau pembekalan tersebut dilakukan agar santri dapat memanfaatkan media sosial dengan lebih maksimal, terkhusus digunakan untuk sarana dakwah. Pihak pesantren sendiri menilai bahwasanya efek dari media sosial sangat besar terhadap pola hidup masyarakat pada masa sekarang. Tujuan lain dari hal tersebut supaya masyarakat dalam menggunakan media sosial membutuhkan konsumsi informasi yang positif dan dapat menyejukan hati.

Berdasarkan latar belakang diatas yang penulis paparkan tersebut, penulis tertarik meneliti mengenai “Strategi Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak”.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan dan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana strategi dakwah Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak dalam menetapkan media sosial Instagram sebagai Media Dakwah?
2. Bagaimana strategi dakwah Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak dalam memanfaatkan media sosial Instagram?

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi atau langkah-langkah Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak dalam menentukan media sosial Instagram sebagai sarana berdakwah. Memanfaatkan media sosial Instagram, berdasarkan

keunggulan dan hambatan yang ada pada faktor internal dan faktor eksternal Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak.

2. Untuk mengetahui strategi dakwah yang digunakan Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak dalam pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana dakwah, apakah sudah baik atau masih perlu banyak peningkatan lagi untuk kedepannya.

C. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada siapa saja yang membacanya. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat menambahkan kesadaran bagi siapa saja khususnya umat muslim, bahwasanya strategi dalam pemanfaatan media sosial yang baik pada masa sekarang ini sangat penting. Hal ini supaya umat muslim dalam menggunakan media sosial dapat sekaligus ikut serta menyebarkan dakwah Islam pada masyarakat luas.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat dan berguna bagi mahasiswa Manajemen Dakwah khususnya dan mahasiswa secara umum sebagai refrensi pengetahuan. Selain itu juga diharapkan dengan adanya penelitian ini, mahasiswa dapat mengkaji kemudian menerapkan dan mengembangkan dalam hal strategi pemanfaatan media sosial bagi sarana dakwah yang telah dilakukan pada Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak.

D. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan pada penelusuran atau pencarian pustaka yang telah peneliti lakukan, peneliti menemukan beberapa literatur yang mempunyai relevansi dengan penelitian yang akan dilaksanakan, diantaranya:

1. Effendi Sadly, mahasiswa Universitas Islam Sumatera Utara tahun 2018 yang berjudul "*Manajemen Dakwah Media Sosial: Telaah Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam*". Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan instrumen pengumpulan data melalui studi pustaka yang kemudian dianalisis secara kualitatif. Penelitian ini menekankan bahwasanya potensi media guna kepentingan dakwah Islam. Karena dengan

memanfaatkan media, para *da'i* atau pendakwah dapat lebih mudah menyampaikan segala pesan dakwah terhadap masyarakat luas. Selain itu secara jelas penelitian ini menyimpulkan bahwasanya sekarang ini banyak *da'i* dan organisasi Islam yang telah memanfaatkan internet untuk kepentingan berdakwah. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya bermunculan situs maupun media sosial dengan nuansa Islam.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan ialah sama-sama menggunakan metode kualitatif. Selain itu juga sama-sama membahas pentingnya media sosial bagi sarana dakwah. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada objek penelitian secara umum dan juga dalam penelitian ini lebih berfokus terhadap telaah perkembangan metode, berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan lebih mengarah kepada strategi yang dilakukan.

2. Ulfa Fauzia Zahra, Ahmad Sarbini, dan Asep Shodiqin, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung tahun 2016 yang berjudul "*Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah*". Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara yang kemudian diketahui bahwasanya ada tema-tema pokok dalam setiap konten pesan dakwah yang diposting oleh admin media sosial tersebut. media sosial tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui pentingnya pemanfaatan media sosial instagram pada jaman sekarang ini dengan menampilkan postingan-postingan Islami yang dapat memberikan pesan-pesan terhadap para penggunanya. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan media sosial instagram sebagai sarana dakwah.

Selain itu metode yang digunakan juga sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menganalisis data yang ada serta melakukan wawancara. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek secara umum, yang dimana objek dalam penelitian ini lebih umum dan sudah terbilang baik dalam melaksanakan dakwah melalui media sosial. Berbeda dengan objek penelitian yang akan dilakukan lebih sempit dan masih

terkesan apa adanya dalam melaksanakan dakwah melalui media sosial instagram.

3. Lutfi Fatmasari, Ahmad Nurcholis, dan Bobby Rachman Santoso, mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Tulungagung tahun 2021 yang berjudul “*Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama Melalui Instagram @NUONLINE_ID*”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Peneliti juga menggunakan pendekatan *content analysis* (analisis isi) guna mempermudah pembaca penelitian ini secara mendalam. Dalam pengumpulan segala informasi, penelitian ini menggunakan 2 sumber data yang meliputi data primer dan sekunder. Dimana selain analisis, peneliti juga menjadikan artikel, buku, dan jurnal sebagai sumber data dalam penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kemudian memahami format pesan dakwah yang dilakukan akun @nuonline_id dan bagaimana strategi dakwah yang digunakan Nahdlatul Ulama pada akun @nuonline_id. Dalam penelitian ini juga media sosial instagram menjadi pilihan, karena dianggap sebagai salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh semua kalangan, terkhusus kaum muda. Perbedaan dari penelitian yang akan dilakukan sebenarnya tidak jauh berbeda, akan tetapi cakupan pembahasan dirasa lebih kompleks, karena dalam penelitian ini juga menanggapi komentar dari masyarakat, sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis tidak menanggapi komentar dari masyarakat disebuah postingan media sosial tersebut.

4. Efa Rubawati, mahasiswi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sorong tahun 2018 yang berjudul “*Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*”. Penelitian ini menekankan bahwasanya dalam berdakwah pada masa sekarang ini diperlukan metode yang lebih kontekstual dan multi-dimensional. Dalam artian dakwah harus menggunakan pendekatan kultural, struktural, pendekatan seni, pendekatan sosial kemanusiaan dan dialog intelektual.

Penelitian ini juga menjelaskan bahwasanya kelompok anak remaja yang sekarang mungkin waktunya dihabiskan di media sosial, harus menjadi prioritas utama dengan alasan mereka merupakan aset dakwah yang semakin hari semakin berkembang. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan, sama-sama menggunakan metode kualitatif dan menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah. Sedangkan perbedaannya secara umum ialah terletak pada objek penelitian.

Disimpulkan bahwasanya penelitian yang akan dilakukan memiliki kesamaan dalam hal pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah. Dan juga memiliki jenis penelitian yang sama yaitu penelitian kualitatif. Terlepas dari kesamaan tersebut, penelitian yang akan dilakukan tidak memiliki kesamaan secara umum baik dari sisi tema, obyek gagasan, wilayah penelitian dan fokus pembahasan dari masing-masing penelitian sehingga tidak berpotensi adanya plagiarisme. Akan tetapi, penelitian ini akan menambah wawasan dari penelitian terdahulu, dan diharap penulis bisa melakukan penelitian yang lebih baik.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang telah dipergunakan penulis yaitu penelitian kualitatif. McMillan dan Schmacher menjelaskan bahwasanya arti dari penelitian kualitatif yaitu penelitian yang dipusatkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktifitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, gagasan seseorang baik secara individual ataupun kelompok. Connole mendefinisikan penelitian kualitatif adalah penelitian yang berdasarkan pada aktifitas mengidentifikasi, mendokumentasi dan mengetahui dengan interpretasi secara mendalam fenomena-fenomena nilai, makna, keyakinan, *pildran* dan karakteristik umum individu atau kedalam kelompok masyarakat tentang peristiwa-peristiwa kehidupan.⁷

⁷ Muh. Fitrah dan Luthfiyah, “*Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*”, (Sukabumi: CV Jejak, 2017), hal. 44

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu sebagai tindakan pengumpulan data dengan menggambarkan sebagaimana mestinya. Menurut Koentjoraningrat penelitian bersifat deskriptif ialah suatu proses mewujudkan secara tepat karakteristik individu, keadaan, fenomena, kelompok tersendiri atau untuk memastikan frekuensi adanya hubungan tersendiri dalam suatu gejala di negara lain dalam ruang lingkup masyarakat. Penelitian deskriptif ialah penelitian yang memfokuskan untuk memberikan sebuah fenomena, bukti-bukti maupun peristiwa secara terstruktur, saksama dan cermat mengenai sifat-sifat penduduk atau dalam daerah tertentu.⁸

Penelitian ini bersifat deskriptif karena peneliti melakukan pencarian fakta dengan metode yang tepat. Dalam penelitian ini peneliti memberikan suatu gambaran mengenai Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak serta penulis akan memberikan penjelasan mengenai dakwah melalui media sosial Instagram baik pengelolaannya maupun strategi yang dilakukan Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak yang menjadi objek penelitian ini.

3. Sumber Data

Data merupakan kumpulan huruf atau angka hasil dari sebuah penelitian terhadap karakteristik, isi maupun kesimpulan dari sesuatu yang diteliti. Sumber data pada penelitian ialah subyek yang mana data bisa didapatkan. Apabila sebuah penelitian memakai metode observasi, maka sumber datanya bisa berupa reaksi atau proses dari sesuatu, dan apabila penelitian mempergunakan metode dokumentasi, biasanya dokumen atau catatan yang akan dijadikan sumber data. Sumber data dari sebuah penelitian terdiri berupa data primer dan data sekunder.

a) Data Primer merupakan suatu data yang bermula melalui objek yang bersangkutan atau dapat diperoleh dari informan. Biasanya dalam

⁸ Hardani, dkk, “*Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*”, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), hal. 54

pengumpulan data dapat secara pasif dan secara aktif yang dilakukan oleh peneliti itu sendiri sesuai dengan studi yang diteliti. Penelitian ini mengambil data primer di Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak dari hasil *interview* pihak *ndalem* yang diwakili oleh Gus Mahfudz, kemudian dengan saudara Ahmad Fikri Haikal dan Ahmad Ulil Abshar selaku perwakilan dari pengurus, dan kemudian dengan Ulin Nuha selaku santri. Hasil *interview* dengan narasumber tersebut yang berkaitan dengan strategi dakwah melalui media sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak menjadi data primer dalam penelitian ini.

- b) Data Sekunder merupakan data yang didapatkan atau menggabungkan dan dijadikan satu melalui studi yang sudah pernah dilakukan atau yang telah dipublikasikan oleh institusi lainnya. Suatu sumber yang didapat secara tidak serta merta berbentuk data dokumentasi maupun arsip resmi.⁹ Penulis memperoleh data sekunder dengan melalui beberapa karya tulis, baik itu jurnal, buku maupun dokumen yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang penulis kaji. Dokumen yang berupa struktur organisasi, peraturan-peraturan, jumlah santri sampai dengan profil media sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak menjadi data sekunder pada penelitian ini.

4. Metode Pengumpulan Data

Sebelum melaksanakan penelitian lapangan, proses pengumpulan data menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Hal ini supaya langkah-langkah dalam pencarian sumber data bisa lebih terstruktur dan tidak terkesan asal-asalan. Metode atau teknik pengumpulan data termasuk bagian integral dari konsep penelitian. Atas penelitian yang hendak dilakukan kali ini, peneliti mempergunakan teknik pengumpulan data yang telah menjadi ciri khas yang dipakai dalam penelitian kualitatif. Seperti observasi dan wawancara yang pada umumnya selalu ada dan bisa dikatakan mutlak digunakan dalam penelitian kualitatif.

⁹ Syafizal Helmi Situmorang, “*Analisis Data: Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*”, (Medan: USU Press, 2010), hal. 1-2

a) Metode Observasi

Observasi ialah melakukan kegiatan pengamatan mengenai suatu objek secara langsung dan teliti dilokasi penelitian. Dalam observasi peneliti selayaknya harus mencatat secara sistematis segala hal yang dianggap diperlukan maupun penting dalam penelitian yang akan dilakukan. Observasi juga dapat dikatakan sebagai suatu kegiatan dalam proses pengamatan suatu objek benda maupun seseorang dengan teliti guna bisa memperoleh informasi yang benar atau guna membuktikan suatu kebenaran pada objek penelitian. dilakukan secara sistematis, serta seharusnya dapat dikendalikan kebenarannya dan keandalannya.¹⁰

Penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode observasi untuk mengamati dan meninjau situasi yang ada secara langsung dilapangan, yang kemudian penulis dapat menyimpulkan segala hal yang penulis anggap penting dalam penelitian ini. Observasi yang ditelaah dilakukan antara lain, mengamati kegiatan yang ada pada pondok pesantren, terutama dalam memanfaatkan Balai Latihan Kerja (BLK) yang ada pada Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak.

b) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu proses yang amat penting. Karena proses dalam wawancara sendiri setidaknya harus melibatkan orang lain atau sasarannya secara langsung. Wawancara sendiri merupakan bagian lain kaedah dalam pengumpulan data yang sering dilakukan dalam praktik penelitian. Kaedah ini pada umumnya diaplikasikan pada saat subjek penelitian atau informan pada penelitian berada di depan kita secara pada kondisi bertatapans langsung pada saat kegiatan memperoleh suatu informasi guna kepentingan data penelitian.

Penelitian yang dilakukan, peneliti telah mengadakan wawancara bersama pihak *dzuriyah* (keluarga Kyai) yang diwakilkan oleh Gus Mahfudz, pengurus yang diwakilkan Ahmad Fikri Haikal dan Ahmad

¹⁰ Suryana, “*Metodologi Penelitian; Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*”, (Bandung: UPB, 2010), hal. 67

Ulil Abshar dan perwakilan santri yang diwakilkan Ulin Nuha. Hasil pengumpulan data menggunakan metode wawancara meliputi informasi yang terkait strategi pondok pesantren dalam menentukan media sosial Instagram sebagai sarana dakwah dan juga strategi yang digunakan pondok pesantren dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana dakwah.

c) Dokumentasi

Paul Marie Ghislain Otlet menjabarkan mengenai pandangan dokumentasi ialah suatu proses yang biasanya berupa pengumpulan dan pengolahan data guna penelitian. Dokumentasi merupakan kegiatan pengumpulan data yang pada umumnya berupa transkrip atau dokumen. Peneliti mengumpulkan data yang diperoleh dari Pondok Pesantren As-Sujuudiyah Demak dengan berupa gambar maupun tulisan yang bisa dijadikan sebagai bahan penelitian yang telah dikaji. Pengumpulan dokumentasi dalam penelitian ini antara lain foto wawancara dengan pihak pondok pesantren, foto kondisi lingkungan pondok pesantren, sampai dengan foto akun media sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyah Demak.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu cara mengoordinasikan serta menyusun data kedalam desain. Yang dimaksudkan dalam hal ini, analisis data yaitu mengatur, menyusun, mengoordinasikan dan mengkategorikannya. Biasanya pada penelitian kualitatif, suatu analisis data sangat bertautan pada data yang bisa berbentuk suatu kata maupun suatu kalimat yang diperoleh melalui objek penelitian, serta bisa juga terjalin dengan suatu peristiwa yang mencakupi pada objek penelitian.

Menurut Moleong, analisis data kualitatif ialah suatu jalan yang dikerjakan melalui suatu cara yang beroperasi melalui data, mengoordinasikan data, menyaring dan memilih data kemudian membentuk satuan yang bisa ditata dan dipelajari apa saja yang dapat disimpulkan kepada seseorang. Demikian dapat disimpulkan bahwasanya

analisis data (kualitatif) ialah suatu cara untuk mengungkapkan sebuah arti atau sebuah hasil dari sebuah proses penelitian dengan metode mengelompokkan data yang telah sesuai pada kategorisasi tertentu.¹¹

Miles dan Huberman, berpendapat bahwasanya aktifitas pada lingkup analisis data kualitatif itu lebih baik dilaksanakan baik dengan cara interaktif dan berjalan secara berkelanjutan atau *continue* sampai dengan rampung atau selesai dengan sempurna, sehingga suatu data yang diperoleh benar-benar sudah sempurna atau padat. Pada aktifitas menganalisis data, yaitu: reduksi data, penyajian data dan *data conclusion drawing/verification*, sebagai berikut:

1) Data *Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi sebuah data dapat diartikan juga menyingkat data, memilah dan menentukan sesuatu yang penting dan mendasarkan kepada suatu perkara yang dianggap penting, mencari tema serta desainnya. Proses reduksi data ini yang dilakukan ialah merangkum yang kemudian menggolongkan data yang telah didapat dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah itu barulah memilih beberapa data yang peneliti anggap penting untuk bisa ditarik kesimpulan dan diverifikasi.

2) Data *Display* (Penyajian Data)

Miles dan Huberman menyatakan “Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif”. Dalam proses yang dilakukan kali ini yaitu Menyusun sekumpulan data dengan memberikan hipotesis penarikan kesimpulan dan penarikan tindakan. Peneliti Menyusun data dalam bentuk uraian, began dan lain-lainnya. Tujuan dari penyajian data ini ialah untuk memudahkan dalam memahami setiap informasi yang telah didapatkan sehingga akan memudahkan ketika mengerkala tahap selanjutnya.

¹¹ Sandu Siyoto & Ali Sodik, “*Dasar Metodologi Penelitian*”, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hal. 120-121

3) *Conclusion Drawing / Verification*

Verification yang dimaksud ialah pengambilan kesimpulan yang dilakukan pada penelitian kualitatif yang sehingga diharapkan bisa menjawab apa saja yang ada pada rumusan masalah yang telah ditentukan pada saat awal penelitian. Data yang terkumpul dari observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis untuk mendeskripsikan serta menggambarkan strategi dakwah media sosial Pondok Pesantren As-Sujuudiyah Demak.¹²

6. Teknik Keabsahan Data

Triangulasi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mengkonfirmasi atau memastikan sebagai pembanding antara fenomena diluar data dengan data itu sendiri. Triangulasi juga diartikan sebagai gabungan atau sebuah kombinasi dan beberapa metode yang digunakan untuk mempelajari fenomena yang saling terhubung dari berbagai sudut pandang yang berbeda.

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data, yaitu suatu cara untuk menggali kebenaran data dengan berbagai metode perolehan data. Sumber data yang diperoleh peneliti, baik melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi yang telah dilaksanakan dalam penelitian ini, telah dikonfirmasi dan telah dikaji kembali.

¹² Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 244-253

BAB II

STRATEGI DAKWAH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

A. Konsep Strategi Dakwah Media Sosial

1. Pengertian Strategi

Dalam bahasa Yunani strategi ialah gabungan dari *stratos* dan *ego*, atau biasa disebut dengan *strategos*. Strategi juga dapat diartikan sebagai suatu langkah untuk menyesuaikan dan melakukan ekspresi pada saat disituasi ruang lingkup eksklusif yang dirasa esensial, yang pada saat suatu perbuatan penyesuaian itu dilaksanakan berdasar pada sebuah peninjauan organisasi dengan melihat faktor internal dan eksternal. Sebagaimana dalam kutipan Tasdin Tahrir yang mengatakan, bahwasanya strategi itu suatu metode yang mana dalam sebuah organisasi dalam pencapaian suatu cita-cita serupa dengan segala kesempatan dan segala resiko dalam ruang lingkup eksternal yang dijalani dengan berbekal kapasitas internal dan sumber daya.

Dari pengertian itu dapat dikatakan secara singkat bahwasanya strategi yakni suatu jalan dalam proses hasil yang indah sebuah keinginan ataupun tujuan berpatokan pada analisis faktor internal dan eksternal.¹³ Strategi sendiri sangat penting untuk diperhatikan disuatu organisasi maupun lembaga. Karena dengan mempunyai strategi yang baik dapat mewujudkan tujuan organisasi dengan lebih mudah dan maksimal.

2. Pengertian Strategi Dakwah

Strategi dakwah sebenarnya mempunyai hubungan yang sangat besar berkaitan dengan manajemen. Karena sesungguhnya kedua kata tersebut saling menuju pada sebuah kesuksesan perencanaan yang telah disandarkan sebelumnya oleh seseorang maupun sebuah organisasi. Pengertian manajemen strategi yakni sistem aktivitas *managerial* yang berpatokan dan secara utuh pada memaksimalkan sumber daya yang ada pada organisasi dalam tercapainya suatu cita-cita yang dimiliki organisasi.

¹³ Sesra, Budio, "Strategi Manajemen Sekolah", Jurnal Menata, Vol. 2 No 2, 2019, hal. 14

Sedangkan strategi dakwah yakni persiapan atau sebuah rencana yang menyimpan kumpulan suatu proses (rangkaian kegiatan dakwah) yang diperuntukan mensukseskan tujuan atau cita-cita dakwah itu sendiri. Ada suatu perkarang yang harus diperhatikan terkait hal ini, yaitu:

- a) Strategi yakni rancangan atau rangkaian dalam proses berdakwah yang diharus diperhatikan mengenai pemaksimalan sebuah metode serta memaksimalkan segala sumber daya yang dirasa dapat mendukung kegiatan dakwah tersebut. Dengan itu, strategi adalah suatu metode atau cara perancangan sebuah rencana, yang pada progresnya belum dilakukan sebuah tindakan atau aksi nyata.
- b) Strategi dirancang guna mencapai sebuah keinginan atau cita-cita yang spesifik, yang berarti penyusunan strategi sangat berpengaruh dengan kesuksesan sebuah tujuan. Oleh karenanya, alangkah baiknya pada saat menentukan sebuah strategi, harus menentukan sebuah cita-cita yang luhur dan yang jelas pastinya dapat dinilai tingkat kesuksesan dari cita-cita tersebut.

3. Bentuk-bentuk Strategi Dakwah

Menurut Al-Bayanuni, strategi dakwah memiliki 3 wajah, yaitu sebagai berikut:

a) Strategi Sentimental (*al-manhaj al 'athifi*)

Strategi sentimental merupakan strategi dakwah yang mendasarkan pada dimensi hati serta menggerakkan rasa hati dan batin seorang *mad'u*. Cara seperti ini setidaknya cocok dengan *mad'u* yang biasanya di pinggiran dan dirasa lemah. Seperti halnya, *mad'u* yang miskin, anak yatim, anak kecil dan lainnya. Strategi sentimental digunakan pada saat Nabi Muhammad SAW dilingkungan kaum Makkah.

b) Strategi Rasional (*al-manhaj al 'aqli*)

Strategi rasional merupakan strategi atau tata cara berdakwah dengan menerapkan sebagian cara yang tertitik pada dimensi daya pikir seseorang. Strategi ini mengajak *mad'u* senantiasa berpikir, serta memenungkan untuk mendapatkan suatu pelajaran. Pada Al-Qur'an

pengimplementasian strategi rasional ini dapat dilakukan bersamaan sebagian terminologi, berikut:

- 1) *Tafakkur*, adalah memanfaatkan pikiran guna mendapatkan pencapaiannya dan menafakurkan.
- 2) *Tadzakkur*, adalah mendatangkan secercah pengetahuan yang harus diperjuangkan dalam penjagaan setelah terabaikan.
- 3) *Nazhar*, adalah memfokuskan perasaan guna memfokuskan pada suatu objek yang patut diperhatikan.
- 4) *Ta'ammu*, merupakan suatu proses mengulangi gagasan sehingga dapat memunculkan kebenaran yang hakiki pada hati seorang *mad'u*.
- 5) *I'tibar*, dapat diartikan sebagai perubahan pemahaman yang sedang dipikirkan menuju suatu pemahaman yang lain.
- 6) *Tadabbur*, merupakan salah satu metode yang berupa dalam memikirkan kesudahannya disetiap permasalahan.
- 7) *Istibshar*, merupakan usaha menerangkan sesuatu dalam saat menyikapinya, serta memperhatikan atau menilai dengan pandangan hati.

c) Strategi Indrawi (al-manhaj al-bissi)

Strategi indriawi merupakan kata lain dari strategi eksperimen atau juga sering disebut dengan strategi ilmiah. Jadi dapat diartikan selaku tatanan dakwah yang berfokus pada penggunaan indra yang berdasarkan pada suatu hasil dari sebuah penelitian dan uji coba atau eksperimen. Metode ini biasanya dikemas dengan bentuk strategi praktik keagamaan, acuan teladan dan pentas seni.

Dalam menentukan strategi dakwah biasanya disandarkan pada surat Al-Baqarah ayat 129 dan 151, Ali Imron ayat 164 dan al-Jumu'ah ayat 2. Ayat-ayat tersebut mempunyai konteks yang hampir sama, yaitu mengenai perintah semua Rasul sekalian dapat diartikan juga selayaknya strategi dakwah.

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

Artinya: “Ya Tuhan kami, utuslah untuk mereka seorang Rasul dari kalangan mereka, yang akan membacakan kepada mereka ayat-ayat Engkau, dan mengajarkan kepada mereka Al kitab (Al-Qur’an) dan Al-Hikmah (As-Sunnah) serta mensucikan mereka. Sesungguhnya Engkaulah yang Maha Kuasa lagi Maha Bijaksana.” (Q.S Al-Baqarah [2]: 129).

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

Artinya: “Sebagaimana (Kami telah menyempurnakan nikmati kepadamu), Kami pun mengutus kepadamu seorang Rasul (Nabi Muhammad SAW) dari (kalangan) kamu yang membacakan kepadamu ayat-ayat Kami, menyucikan kamu dan mengajarkan kepadamu kitab (Al-Qur’an) dan hikmah (Sunnah), serta mengajarkan apa yang belum kamu ketahui.” (Q.S Al-Baqarah [2]: 151).

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

Artinya: “Sungguh, Allah benar-benar telah memberi karunia kepada orang-orang mukmin ketika (Dia) mengutus di tengah-tengah mereka seorang Rasul (Nabi Muhammad SAW) dari kalangan mereka sendiri yang membacakan kepada mereka ayat-ayat Nya, mensucikan (jiwa) mereka dan mengajarkan kepada mereka kitab suci (Al-Qur’an) dan hikmah. Seungguhnya mereka sebelum itu benar-benar dalam kesesatan yang nyata.” (Q.S Ali Imron [3]: 164).

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

Artinya: “Dialah yang mengutus Rasul kepada kaum yang buta huruf dari kalangan mereka sendiri, yang membacakan kepada mereka ayat-ayatNya, mensucikan (jiwa) mereka dan mengajarkan kepada mereka kitab dan hikmah, meskipun sebelumnya, mereka benar-benar dalam kesesatan yang nyata.” (Q.S Al-Jumu’ah [62]: 2)

Ayat-ayat tersebut mengisyaratkan tiga strategi dakwah, yaitu Strategi *Tilawah*, *Tazkiyah* dan *Ta'lim*. Seperti berikut:

1) Strategi *Tilawah*

Dengan strategi kali ini seorang *mad'u* dimohon untuk dapat mencermati materi yang disampaikan *da'i* atau juga dapat dengan cara seseorang membaca sendiri pesan yang telah dituliskan *da'i*. Dengan cara seperti ini, juga dapat dikatakan sebagai transfer suatu makna dalam berdakwah dengan menggunakan ucapan maupun gambar. Strategi *tilawah* pada dasarnya sering sekali digunakan teruntuk ranah pemikiran saja, yang bisaasanya penangkapan pesan-pesan dakwah melewati indera pendengaran dan indera penglihatan dan juga menggunakan akal yang sehat.

2) Strategi *Tazkiyah*

Salah satu tujuan dakwah ialah mensucikan batin anak adam. Kotoran jiwa dapat mengakibatkan beraneka ragam permasalahan entah itu untuk diri sendiri maupun diruang lingkup masyarakat umum, malahan dapat mendatangkan bermacam-macam penyakit, entah penyakit batin atau jasmani. Gejala ataupun bukti hati manusia yang kotor biasanya dapat diketahui dari kondisi roh yang tidak stabil, keimanan yang tidak *istiqomah* dan malah dapat melakukan perbuatan yang termasuk sebagai perbuatan yang tercela.

3) Strategi *Ta'lim*

Strategi ini sebenarnya nyaris serupa berkenaan strategi *tilawah*, dikarenakan hal tersebut mentransformasikan makna dakwah memanfaatkan panca indera yang sama. Masalahnya, strategi *ta'lim* mempunyai sifat semakin padat dan sistematis. Artinya penerapan cara ini biasanya bisa digunakan pada *mad'u* yang selalu berada, beserta kurikulum kajian yang sudah dirangkai dengan baik, dan

dilaksanakan dengan cara bertahap, supaya dapat mencapai yang telah dimaksud dan dengan tujuan tertentu.¹⁴

4. Peranan Strategi

Strategi sesungguhnya mempunyai andil yang sangat penting untuk kesuksesan tujuan dalam sebuah organisasi. Karena dengan strategi, perilaku akan lebih terarah dan pastinya juga suatu organisasi dalam melangkah menggapai cita-cita dapat lebih terarah. Selain itu sebuah organisasi juga dapat melakukan tindakan-tindakan pencegahan apabila ada suatu kejadian yang tidak diinginkan oleh organisasi tersebut.

Menurut Grant, strategi setidaknya mempunyai peranan yang krusial dalam memaksimalkan perjalanan menuju cita-cita organisasi, yaitu:

- a) Strategi menjadi *support* dalam pengambilan sebuah keputusan. Pada dasarnya strategi berfungsi menjadi suatu komponen atau unsur untuk menggapai tujuan dengan cara berhati-hati dalam melakukan suatu tindakan.
- b) Strategi berperan menjadi jembatan untuk koordinasi dan komunikasi. Strategi berperan guna meneruskan kesamaan antara suatu petunjuk tindakan dengan cita-cita organisasi.
- c) Strategi sebagai riset. Strategi menjadi semacam elemen untuk menentukan masa depan organisasi dengan berkolaborasi dengan visi dan misi sebuah organisasi.

5. Konsep Strategi Berdasarkan Analisis SWOT

Analisis SWOT yakni rangkaian antara dua jalinan unsur internal, yakni kekuatan dan kelemahan terhadap unsur eksternal antara lain peluang dan ancaman. Analisis SWOT juga dapat diartikan sebagai metode analisis perencanaan strategi yang digunakan untuk menganalisis dan mengevaluasi lingkungan organisasi, baik dari ruang lingkup internal maupun eksternal supaya dapat mencapai tujuan tertentu. Formula dalam analisis SWOT meliputi faktor internal dan faktor eksternal, berikut penjelasannya:

- a)

¹⁴ Ibid.299-304

a) Faktor Internal

Faktor Internal terbentuk karena pengaruh *strength* dan *weakness* (S dan W). Faktor ini berkaitan dengan keadaan yang terjadi di dalam sebuah organisasi atau perusahaan yang menjadi pengaruh terbentuknya keputusan (*decision making*) perusahaan. Kekuatan yang menjadi potensi dan kelemahan yang menjadi kendala adalah komponen dari faktor internal.

b) Faktor Eksternal

Faktor eksternal terbentuk karena pengaruh *opportunity* dan *threats* (O dan T), yang mana faktor ini menyangkut kondisi-kondisi yang terjadi di luar organisasi yang dapat mempengaruhi seseorang dalam membuat keputusan organisasi. Peluang yang menjadi kesempatan dan tantangan yang menjadi penghambat merupakan komponen dari faktor eksternal.

Table 1. Matrik TOWS

Internal Eksternal	<i>STRENGTH</i> (S)	<i>WEAKNESS</i> (W)
<i>OPPORTUNITY</i> (O)	<u>Strategi SO</u> Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<u>Strategi WO</u> Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>THREATS</i> (T)	<u>Strategi ST</u> Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<u>Strategi WT</u> Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Analisis SWOT dipergunakan dalam mendapatkan gagasan umum terkait dengan strategi yang tepat untuk menggapai cita-cita organisasi, teruntuk hal ini terdapat adanya kajian perihal upaya-upaya yang bisa dipergunakan sebagai jalan keluar alternatif pada hal pengelolaan serta pengembangan strategi. Analisis SWOT terdiri dari empat (4) faktor yaitu:

a) *Strength* (Kekuatan)

Strength atau bisa disebut juga dengan kekuatan ialah kondisi yang menjadi kekuatan atau unggulan dalam suatu organisasi. Dengan mengetahui aspek-aspek kekuatan organisasi, maka harus menegakkan serta memkokoh segala keunggulan yang telah ada dan menjadikan keunggulan atau kekuatan sebuah organisasi, agar organisasi bisa terus berkembang dengan baik.

b) *Weakness* (Kelemahan)

Weakness yakni suatu keadaan yang menjadikan kelemahan atau kekurangan dalam suatu organisasi. Kelemahan yang dimaksud disini bersifat menyeluruh kesemua bagian organisasi, baik kelemahan SDM, kepercayaan konsumen, sampai dengan fasilitas yang ada pada organisasi tersebut.

c) *Opportunities* (Peluang)

Opportunities yang dimaksud ialah suatu keadaan dalam ruang lingkup yang berada di luar organisasi yang bersifat produktif atau bermanfaat dan bisa menjadikan sebuah alat untuk mengembangkan organisasi. Biasanya peluang sendiri bisa diketahui melalui sebuah cara mengandaikan analisis internal antara *strength* dan *weakness* pada organisasi itu sendiri,

d) *Threat* (Ancaman)

Threat sendiri termasuk dari faktor eksternal. Dimana keadaan suatu organisasi yang dirasa mendapatkan gangguan berjalannya sebuah organisasi yang bersifat merugikan. Dan pastinya apabila ancaman yang merugikan organisasi tidak segera ditanggapi dikhawatirkan bisa berdampak pada terhambatnya tujuan organisasi.¹⁵

6. Tujuan, Manfaat dan Fungsi Analisis SWOT

Analisis SWOT mempunyai fungsi menganalisa suatu metode dengan menggunakan model berfokuskan dalam faktor kekuatan, kelemahan,

¹⁵ Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, "*Teknik Analisis SWOT*", Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2016, hal. 7-9

peluang dan ancaman pada perusahaan ataupun lembaga. Analisis SWOT digunakan teruntuk memverifikasi faktor internal dan eksternal apabila ada masalah maka organisasi harus mencari solusi untuk tetap memberdirikan serta memaksimalkan segala angin harapan yang ada dengan baik. Begitupun pada pihak organisasi juga hendaknya memperhatikan kelemahan yang ada, supaya dapat menjadikan kekuatan dan juga menanggulangi bahaya yang bisa dijadikan peluang.

Manfaat analisis SWOT yaitu bisa membantu mengetahui suatu permasalahan melalui empat sisi sekaligus yang dapat menjadikan persoalan umum pada sebuah analisa permasalahan yaitu, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT digunakan oleh *stakeholder* untuk mendapatkan strategi dan menetapkan sarana yang digunakan untuk kedepannya yang bisa meningkatkan kualitas internal dan eksternal organisasi.

Fungsi analisis SWOT yaitu digunakan pada saat menganalisa kekuatan serta kelemahan yang ada dalam organisasi yang dikerjakan menggunakan kajian berkenaan pada suatu kondisi internal, serta analisa perihal peluang dan suatu intimidasi yang sedang dirasakan oleh organisasi yang kemudian diimplementasikan melalui kajian berkenaan dengan keadaan eksternal organisasi. Analisis SWOT juga berfungsi guna memahami kapabilitas suatu organisasi pada saat mengendalikan usahanya yang dihadapkan pada kemampuan yang dimiliki pesaingnya. Apabila sudah memahami keunggulan dan kekurangan diri sendiri maupun pada sebuah organisasi dapat sedikit banyak membantu mengetahui sebagaimana kelebihan atau kelemahan suatu organisasi atau diri sendiri dalam lingkungan.¹⁶

7. Tahap Perumusan Strategi dengan Analisis SWOT

Dalam merumuskan strategi dengan analisis SWOT, ada empat tahap yang dilalui yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis dan tahap pengambilan keputusan.

¹⁶ M. Afif Salim, Agus B. Siswanto, “Analisis SWOT dengan metode kuisisioner”, Semarang: CV. Pilar Nusantara, 2019, hal. 2-3

a) Tahap Pengumpulan Data

Pada tahapan kali ini data penting untuk dikumpulkan, antara lain data yang menyangkut faktor internal dan eksternal organisasi. Faktor internal meliputi *strength* dan *weakness*, sedangkan eksternal meliputi *opportunities* beserta *threats*.

b) Tahap Analisis

Setelah data dikumpulkan, selanjutnya ialah menganalisa data. Dalam menganalisa data, data harus dipilah kemudian diambil yang dianggap penting dan diperlukan. Dengan begitu data yang dipilah selanjutnya dapat memberikan suatu angan-angan yang sedikit lebih jelas.

c) Tahap Pengeambilan Keputusan

Pada tahap ini, data yang sudah dianalisa kemudian akan dikaji dan ditarik kesimpulannya. Kesimpulan yang telah ditetapkan akan mempengaruhi dan menjadi acuan dasar dalam pengambilan keputusan tahap akhir.¹⁷

B. Konsep Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Secara etimologi dakwah berakar dari bahasa Arab, yang mempunyai arti “panggilan, ajakan atau seruan”. Kata dakwah sendiri berupa “*isim masdar*”. Dan bermula dari *fi'il* (kata kerja) “*da'a-yad'u* yang memiliki makna memanggil, mengajak ataupun menyeru. Dibalik itu, dakwah mempunyai sebuah arti yang lebih luas, dikarenakan istilah dakwah sendiri mengandaung makna sebagai aktifitas menyiarkan atau menyampaikan ajaran Islam, mencegah perbuatan mungkar dan menyeru untuk berbuat kebaikan, serta memberikan kabar gembira dan sekaligus tuntunan bagi manusia. Secara terminologis dakwah dapat disebut atau diartikan sebagai ajakan kepada kebaikan dan keselamatan dunia akhirat.¹⁸

¹⁷ Ibnu Rochman, “Analisis SWOT dalam Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMP Islam Yogyakarta)”, *Jurnal Keislaman dan Kemasyarakatan*, Vol. 3 No. 1, 2019, hal. 41-43

¹⁸ Supriyanto, “Konsep Dakwah Efektif”, *Mawaizh: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, Vol. 9 No. 2, Desember 2018, hal. 241

Dalam aktivitas dakwah, selebihnya mempunyai tiga elemen yang sangat penting, yaitu pendakwah (pelaku dakwah), pesan dakwah dan sasaran dakwah (*mad'u*). Dakwah dalam pandangan para ahli mempunyai definisi yang beragam, sebagai berikut:

- a) Abu Bakar Zakaria mengatakan bahwasanya dakwah yakni usaha seorang ulama atau seseorang yang mempunyai atau memahami ilmu dan pengetahuan Islam yang bertujuan untuk mentransfer ajaran agama kepada *jama'ah* secara umum sesuai pada kecakapan yang dipunyai mengenai perkara-perkara yang *mad'u* perlukan dalam segala perkara dunia dan akhirat.
- b) Syekh Muhammad al-Rawi mengatakan bahwasanya dakwah yakni pegangan manusia hidup yang baik dan sempurna, dan pastinya sangat diperlukan oleh manusia beserta ketentuan segala hak dan kewajiban.
- c) Syekh Ali bin Shalih al-Mursyid berpendapat bahwasanya dakwah merupakan skema yang memiliki tujuan dalam menyebar luaskan kebenaran, kebaikan, kebajikan dan segala petunjuk dalam kehidupan, beserta mengungkap beragam kebatilan dengan media dan menggunakan metode yang sesuai.
- d) Toha Yahya Omar berpendapat bahwasanya dakwah Islam suatu kegiatan mengundang atau memanggil manusia dengan berbagai cara yang bijaksana pada jalan kebenaran sesuai pada titah Tuhan. Guna menciptakan kemanfaatan dan kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat.
- e) Musyawarah Kerja Nasional -I PTDI di Jakarta (1968) menguraikan bahwasanya dakwah merupakan kegiatan “mengajak, menyeru guna melaksanakan kebaikan dan membendung segala kemungkaran, merubah pemeluk Islam dalam suatu keadaan pada keadaan lain yang tentunya lebih baik dan bijak dalam segenap bidang kehidupan, serta mewujudkan ajaran Islam yang dapat diimplementasikan ke dalam kehidupan keseharian pribadi, keluarga, kelompok, serta teruntuk kehidupan *jama'ah* pada umumnya selaku kesempurnaan tatanan hidup dalam

kebersamaan yang harmonis dalam proses pembangunan bangsa dan umat Islam.

- f) Hamzah Ya'qub menjelaskan bahwasanya dakwah Islam yakni mengajak manusia untuk merasakan anugerah kebijaksanaan dalam mengikuti segala petunjuk-petunjuk Allah SWT dan Rasul-Nya.

Secara umum, seiring dengan definisi dakwah oleh para ahli di atas, menunjukkan bahwasanya dakwah merupakan aktivitas yang memiliki tujuan untuk segala perubahan kearah yang lebih positif dan kebaikan dalam pribadi manusia. Hal ini dapat terlihat dari perubahan positif peningkatan iman seseorang. Sesuai konteks peningkatan iman tersebut, maka dapat dikatakan bahwasanya dakwah dapat diartikan sebagai agenda pengembangan iman menurut syariat Islam.¹⁹

Dalam melaksanakan dakwah, seorang *da'i* harus dan berkewajiban untuk selalu bijaksana dan senantiasa memberikan pesan, pelajaran, maupun seruan dengan baik. Sesuai firman Allah Swt dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجِدْهُمْ بِالنِّبَاتِ هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik, sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk” (Q.S An-Nahl [16]: 125).

2. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah merupakan bagian-bagian yang terletak pada segala aktifitas dakwah. Antara lain, unsur-unsur tersebut ialah *da'i* (pendakwah atau pelaku dakwah), *mad'u* (penerima dakwah/mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqoh* (metode) dan *atsar* (efek dakwah).

- a) *Da'i* (Pelaku Dakwah)

¹⁹ Moh, Ali Aziz, “*Ilmu Dakwah*”, (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 9-17

Da'i ialah seseorang yang menjalankan atau menyampaikan aktifitas dakwah, entah itu secara ucapan, gambar, maupun akhlak yang ditampilkan oleh seorang individu, kelompok atau melalui organisasi.

Secara garis besar, *da'i* terkadang biasa dikenal dengan istilah *mubaligh* (seseorang yang menyiarkan Islam), melainkan pada kenyataannya lafal ini mempunyai konotasi yang bisa dikatakan dangkal, karena pada kehidupan masyarakat sendiri mengarah dalam mengenalnya menjadi seseorang yang menyiarkan Islam hanya menggunakan lisan, sama dengan halnya pembicara agama, *khatib* (orang yang melaksanakan khotbah jum'at), dan lain sebagainya. Siapa pun yang mengakui serta memaklumkan bahwa dirinya penganut Nabi Muhammad, baik hendaknya dapat memosisikan menjadi seorang *da'i*, dan itu harus menjalankan dengan semestinya dengan mengikuti *hujjah* yang ada dan nyata beserta dengan kekukuhannya. Maka dari itu, wajib bagi umat muslim memahami segala makna yang terselip dalam dakwah, entah itu dari segi akidah, syariah, ataupun dari sisi akhlak atau tingkah laku dalam keseharian. Berkaitan mengenai hal tersebut, pastinya membutuhkan pengetahuan serta keahlian yang khusus, maka dari situ hukum dalam *kefardhuan* berdakwah lebih dianjurkan pada seseorang terpilih yang dianggap mempunyai wawasan ilmu agama Islam yang luas.

Nasaruddin Lathief berpendapat bahwasanya *da'i* ialah seorang muslim dan muslimat yang mewujudkan kegiatan berdakwah menjadi salah satu amalan ibadah yang utama teruntuk kewajiban yang dibebankan kepada para ulama. Seseorang pendakwah yang telah ahli biasa disebut dengan sebutan *wa'ad*, *mubaligh*, *mustama'in* yang menyeru, mengajak, mengajarkan pengetahuan dan pelajaran mengenai Islam.

Seorang *da'i* selayaknya juga dapat memahami mengenai teknik atau metode dalam memaparkan pesan dakwah mengenai keagungan Allah yang menciptakan langit bumi seisinya dan juga kehidupan, serta dapat menjadikan dakwah berfungsi guna menyampaikan pemecahan

permasalahan terhadap segala permasalahan yang dirasakan oleh manusia. Dalam pemilihan metode juga harus menghadirkan pencerahan, supaya dapat memunculkan pemikiran dan kepribadian manusia tidak melakukan kesalahan dan tidak melanggar aturan-aturan agama.

b) *Mad'u* (Penerima Dakwah)

Mad'u ialah seseorang yang dijadikan sasaran atau objek dakwah atau juga bisa disebut dengan seorang penerima pesan dakwah, entah itu secara individu maupun pada organisasi, baik seorang yang sudah beragama Islam ataupun seseorang yang belum atau tidak dengan makna lain, manusia secara mendalam tidak memandang agama maupun hal lainnya. Dakwah sendiri mempunyai sebuah cita-cita untuk dapat merangkul serta mengajak manusia untuk memeluk atau masuk agama Islam ketika manusia tersebut belum beragama Islam. Sedangkan teruntuk seseorang yang telah memeluk agama Islam, dakwah mempunyai sebuah tujuan untuk menumbuhkan dan memaksimal derajat keimanan, Islam dan ihsan.

Pada pengertian global Al-Qur'an menerangkan bahwasanya ada beberapa macam *mad'u*, yaitu: mukmin, kafir dan munafik. Dari beberapa jenis penggolongan tersebut, kemudian seorang *mad'u* dirincikan lagi ke dalam berbagai jenis penggolongan, seperti, orang mukmin terbagi menjadi tiga, yaitu: *dzalim linafsih*, *muqtashid* dan *sabiqun bilkhairat*. Dan begitu juga kafir sendiri terbagi menjadi kafir *dzimmi* dan kafir *harbi*. *Mad'u* yang biasa disebut dengan mitra dakwah tergolong kembali terbagi menjadi beberapa ragam golongan manusia atau umat. Sebab karenanya, bilamana mengelompokkan *mad'u* sama saja dengan mengklasifikasikan seseorang itu secara umum berdasarkan dari beberapa aspek ekonomi, pekerjaan dan sebagainya.

Muhammad Abduh mengklasifikasikan *mad'u* terbagi dalam tiga macam, antara lain:

- 1) Golongan cerdas cendekiawan yang mencintai akan kebajikan, serta bisa berpikir secara lebih kritis, mendalam dan unggul dalam memahami suatu permasalahan.
- 2) Golongan awam, yaitu seseorang yang pada umumnya belum mendapatkan pola pikir entah itu secara kritis ataupun mendalam, serta belum bisa mendapatkan dalam hal memahami pandangan, pendapat, ataupun pengetahuan yang dianggap tinggi.
- 3) Golongan yang bisa dikatakan berlainan bersamaan pada kedua golongan diatas, dikarenakan mayoritas orang-orang pada golongan ini menyukai pembahasan mengenai suatu, akan tetapi memang hanya terbatas pada kajian tertentu saja dan tidak bisa lagi untuk membahasnya lebih mendalam lagi, atau dapat dikatakan, membahasan dasarnya saja.

c) *Maddah* (Materi) Dakwah

Maddah dakwah ialah wasiat atau *entitas* yang biasanya dijelaskan oleh seorang *da'i* kepada *mad'u*. Jadi terkait hal ini telah cukup jelas bahwasanya yang menjadikan *maddah* dakwah yaitu pengetahuan terkait dengan Islam itu sendiri.

Pada umumnya kajian dalam dakwah dikategorikan menjadi empat permasalahan utama, yaitu:

1) Masalah Akidah (Keimanan)

Masalah utama yang menjadikan inti dari pengetahuan dakwah ialah akidah atau keimanan dalam beragama Islam. Elemen pada akidah ini yang kemudian menjadikan budi pekerti manusia. Maka karenanya, yang menjadikan awal kali disampaikan terkait materi dalam kegiatan berdakwah Islam ialah permasalahan akidah atau keimanan itu sendiri. Akidah merupakan materi yang paling utama atau inti dakwah yang memiliki keunikan tersendiri, dan yang menjadikan pembeda dengan keyakinan agama lain, yaitu:

- (a) Keterbukaan melalui persaksian (syahadat). Dengan begitu, umat muslim harus senantiasa jujur akan identitasnya dan bersedia mengakui identitas keagamaan yang dipercayai orang lain.
- (b) Cakrawala wawasan yang sangat luas dengan memberitahukan bahwasanya Allah adalah Tuhan seluruh alam, bukan Tuhan milik kelompok atau suatu bangsa tertentu. Dan dalam hal kemanusiaan juga diperkenalkan kesatuan asal-usul manusia. Kejelasan dan kesederhanaan diartikan bahwa seluruh ajaran akidah baik soal ketuhanan, kerasulan maupun alam gaib sangat mudah untuk dipahami.
- (c) Ketahanan mengenai iman dan Islam atau antara iman dan perilaku atau akhlak. Kaitannya dengan hal ibadah utama yang melukiskan bentuk dari iman yang disatukan dengan berbagai sesi peningkatan diri sendiri dan karakteristik diri seseorang dengan berkolaborasi terkait keharmonisan umat luas yang dapat ditujukan pada kemaslahatan. Karena sebenarnya akidah memiliki keikutsertaan langsung dengan persoalan yang ada di masyarakat.

Keyakinan yang demikian dalam Al-Qur'an karim dikenal sebagai iman. Iman sendiri yakni faktor yang mutlak dalam pengetahuan Islam. Iman juga memiliki kaitan yang kuat antara pemikiran dan wahyu. Di dalam Al-Qur'an disebutkan iman terdapat atau terlihat kurang lebih sebanyak 244 kali dengan berbagai variasinya. Dan yang sangat sering ialah menggunakan ungkapan atau kalimat, "Wahai orang-orang yang beriman", yaitu sebanyak 55 kali. Walaupun istilah ini pada umumnya difokuskan kepada seluruh umat Nabi Muhammad, 11 lainnya ditujukan kepada para penganut Nabi Musa dan 22 kali ditujukan pada sebagian nabi lainnya dengan para umatnya masing-masing.

Seseorang yang mempunyai iman atau keyakinan yang baik itu akan lebih congkok untuk mudah berbuat kebaikan, karena dia telah mengerti dan memahami bahwasanya perbuatan yang dilakukan itu adalah perkara yang baik dan dia akan dapat menjauhkan dari perkara yang buruk, karena sesungguhnya dia mengetahui perbuatan buruk atau jahat, akan berdampak pada perkara-perkara yang buruk untuk dirinya sendiri.

Pada dasarnya iman yang baik itu tergambar pada amal saleh, karena dapat menjadikan seseorang untuk senantiasa melangsungkan perilaku baik yang sesungguhnya. Dan sebenarnya kondisi iman seseorang sangat berkaitan bersamaan dakwah Islam yang pada umumnya amar ma'ruf nahi munkar dapat ditingkatkan kembali yang selanjutnya bisa menjadi cita-cita yang utama dalam pelaksanaan dakwah Islam.

2) Masalah Syariah

Hukum atau syariah biasa dianggap sebagai cerminan kultur atau kebudayaan dalam artian bahwasanya ketika suatu hukum berkembang menjadi matang dan mungkin hamper dikatakan sempurna, maka dari situ peradaban dapat melukiskan bentuk dari dirinya dalam asas hukum-hukumnya. Aktualisasi dalam hukum dapat pahami menjadi sumber yang dapat menciptakan peradaban yang berkembang pada Islam berkemajuan, dengan mempertahankan serta melindunginya hal tersebut dalam sejarah. Syariah itu sendirilah yang akan menjadi sebuah keunggulan tersendiri dalam peradaban di ruang lingkup umat Islam.

Materi dalam berdakwah mengenai syariah sangatlah lebar sekali dan membalut kepada seluruh orang muslim. Karena hukum sendiri yakni menjadi sebuah jantung atau sesuatu yang ini yang tidak dapat dipisahkan dari pola kehidupan umat muslim pada zaman kapan pun itu, dan sekaligus menjadi perkara yang

perlu dijadikan kebanggaan. Adapun keunggulan dari kajian syariah Islam yaitu, bahwasanya hukum tersebut tidak ada yang memiliki, maupun itu oleh umat lainnya. Syariah ini mempunyai sifat global atau umum, yang memaparkan segala hak seorang baik itu muslim ataupun non-muslim, atau bisa dikatakan sebagai hak secara menyeluruh bagi manusia keseluruhan. Maka dari itu adanya materi syariah, dapat menjadikan tatanan dalam beragama diharapkan dapat lebih tertata.

Selain berisi dan meliputi kebajikan yang berupa kebaikan pada masyarakat dan akhlak, maka dari itu materi dakwah dalam segi syariah ini ditujukan untuk menjelaskan gambaran yang lebih yang bermanfaat dan bijak, beserta wawasan yang bersih, dan keadaan secara lebih cerdas terhadap segala *hujjah* maupun suatu pedoman untuk melihat segala persoalan dan kejadian pembaruan, yang sehingga dapat menjadikan *mad'u* tidak mudah terjerumus ke dalam keburukan, karena yang dicita-citakan dalam berdakwah adalah kebenaran yang hakiki secara maslahat kepada siapa saja. Kekeliruan pada saat menempakkan keadaan yang benar dan lebih sejajar diantara yang bebaskan pada syara' sebagaimana yang telah dianjurkan dalam Islam, maka sesungguhnya dapat mengakibatkan suatu yang dapat meresahkan, merugikan terhadap bangsa, agama dan kehidupan.

Syariah dalam Islam menumbuhkan sebuah hukum yang kompleks dan komprehensif dimana hal itu melingkupi keseluruhan kehidupan manusia pada umumnya. Kekompleksan ini dapat menyesuaikan dari konsep yang ada pada Islam mengenai persoalan hidup manusia yang tercipta guna menyempurnakan kebutuhan dan segala anjuran yang membentuk kebesaran Tuhan. Materi dakwah yang memiliki unsur syariat harus bisa melukiskan, memaparkan atau memberikan segala laporan yang jelas pada disiplin hukum dalam gambaran status

dan kriteria ketentuan yang bersifat *fardhu*, *mubbah* (diperbolehkan), *mandub* (dianjurkan), *makruh* (lebih baik tidak dilakukan) dan haram (dilarang).

3) Masalah *Muamalah*

Islam merupakan agama yang menekankan dan memperhatikan segala urusan muamalah. Dan menjadikan muamalah memiliki porsi yang lebih kompleks daripada hukum ibadah. Agama Islam sangat teliti memperhatikan elemen kehidupan sosial ditengah masyarakat daripada elemen kehidupan ritual batin. Dan Islam sendiri ialah agama yang menjadikan seluruh yang ada bumi ini sebagai masjid, dimana saja dan kapan pun dapat menjadi tempat mengabdikan atau memuja keagungan Allah. Ibadah dalam muamalah kali ini dapat diartikan sebagai ibadah yang mencakup hubungan hamba dengan Allah dalam rangka mengabdikan kepada Allah SWT.

Dalam Al-Qur'an dan al-Hadits mencakup proporsi terbesar hukum yang berkaitan dengan urusan muamalah. Dan dalam beribadah pula yang mengandung nilai kemasyarakatan diberikan pahala yang sangat besar tinimbang ibadah yang dilakukan hanya perseorangan saja. Jika persoalan ibadah dilaksanakan dengan belum sempurna dan baik atau bahkan batal, karena sesuatu yang melanggar suatu pantangan atau kesalahan yang telah dimengerti, maka dapat diganti ialah dengan persoalan yang terkait dengan permasalahan muamalah. Sebaliknya, apabila seseorang kurang baik dalam segala urusan muamalah, atau mungkin hanya sebagian saja, maka sesungguhnya urusan tersebut tidak dapat ditutupi dengan persoalan ibadah.

4) Masalah Akhlak

Secara etimologis, kata akhlak bermula dari bahasa Arab, dan merupakan jamak dari "*khuluqun*" yang mempunyai arti budi pekerti, perangai dan tingkah laku atau tabiat. Beberapa kata

tersebut mempunyai beberapa keterkaitan dengan arti dari kata “*khalqun*” yang mempunyai arti kejadian, dan juga sangat erat hubungannya dengan kata *Khaliq* yang mempunyai arti pencipta dan makhluk yang mempunyai arti diciptakan.

Adapun persoalan akhlak sangat terkait dengan permasalahan tabiat atau sebuah kondisi *temperature* jiwa yang dapat memengaruhi kelakuan manusia. Menurut Al-Farabi ilmu akhlak, yakni ilmu yang pembahasannya mengenai segala anjuran-anjuran yang bisa menjelaskan hakikatnya untuk manusia kepada segala keinginan atau cita-cita hidupnya yang sangat tinggi, yaitu terkait dengan kebahagiaan yang hakiki dan tentang bermacam-macam persoalan keburukan atau kekurangan yang dapat menghalangi usaha dalam pencapaian sebuah cita-cita, yaitu kebenaran.

Pengajaran akhlak di dalam agama Islam pada umumnya melingkupi suatu kualitas perilaku seseorang yang menjadi suatu ungkapan dari keadaan perasaan atau hatinya. Sebenarnya akhlak pada penilaian agama Islam bukanlah norma yang ideal yang tidak bisa diterapkan dan bukan hanya merupakan sekumpulan etika ataupun keadaan yang terbebas dari kebaikan dan kebenaran norma sejati. Maka dengan itu, biasanya yang merupakan sebagai kajian maupun pengetahuan mengenai akhlak dalam pembelajaran Islam yaitu tentang karakter dan parameter perilaku seorang manusia serta dengan bermacam-macam kewajiban-kewajiban yang hendaklah setidaknya harus diprioritaskan dan diperhatikan. Karena sesungguhnya manusia akan dan harus bertanggungjawabkan dari setiap perbuatannya yang telah dilakukan, maka dari situlah agama Islam mengajarkan serta menganjurkan perilaku yang mulia dan ketentuan yang dapat berdampak akan kebenaran dan kebahagiaan yang nyata, bukan malah berupa siksaan. Berlawanan

dengan satu keyakinan perilaku manusia yang nyata, maka kajian maupun pengetahuan mengenai akhlak berfokus mengenai segala norma kebenaran yang luhur dan mestinya dapat kebangkitan jiwa dari setiap perilaku seorang manusia, serta mengenai etik atau suatu proses yang hendaknya dilakukan pada segala pengamalan perilaku ataupun tingkah seorang manusia yang mestinya sesuai dengan jenis targetnya.

Dalam proses menciptakan keutuhan dari sebuah kebenaran dan harga diri seorang manusia serta mengembangkan suatu sistem kehidupan bermasyarakat yang sejuk dan nyaman, maka tentunya hendaknya ada suatu aturan-aturan yang dapat dijadikan acuan, dalam perkara ini ialah *syara'* dan juga suatu ilmu mengenai elegannya suatu moral yang telah terpendam pada akhlak mulia. Maka karen itu, akhlak dalam agama Islam menguasai ruang lingkup yang terbilang amat luas dan menyimpan suatu pesan dari objek yang dalam pula.

Islam menuntun dan menganjurkan supaya bahwasanya manusia bisa beretika baik dengan kadar kemampuan masing-masing dengan tetap bersandar ketetapan Allah SWT, sebagaimana telah dijelaskan dan dilakukan oleh Rasulullah SAW. Apa saja yang termasuk dalam sifat dan dianggap baik oleh-Nya dan dapat diputuskan akan baik pula sebagai nilai esensial yang dirasakan akal dan nalar pada kiprah pemikiran manusia pada umumnya. Dalam situasi seperti ini, anjuran yang telah disandarkan Allah SWT melahirkan standar untuk penetapan sebuah patokan baik buruknya segala sesuatu yang pada dasarnya dapat dipastikan dan diunggulkan kembali oleh akal nalar pemikiran manusia. Konteks yang ada pada Al-Qur'an diterangkan bahwasanya tolak ukur baik itu, biasanya tersandarkan pada segala sifat kemuliaan yang dimiliki Allah SWT yang Maha Esa dan yang Maha Terpuji, karena itulah

Rasulullah SAW menginstruksikan supaya pengikutnya untuk tetap berkepribadian baik dalam hal apapun, sebagaimana kasih sayang Allah SWT kepada hamba-Nya.

Kajian pengetahuan akhlak ini ditujukan dan diharapkan supaya dapat menetapkan mana saja setiap perkara baik dan buruk, pemikiran nalar dan hati yang berjuang untuk menentukan sebuah standar yang cocok melewati kebiasaan tingkah laku pada masyarakat. Sesungguhnya ibadah dalam Islam mempunyai hubungan yang erat dengan ikatan akhlak. Pemanfaatan pemikiran nalar dan pengembangan akhlak yang mulia sama halnya dengan pengamalan Islam. Ibadah dalam Al-Qur'an sering sekali dikaitkan dengan ketakwaan, yang dapat dipahami melaksanakan anjuran-anjuran Allah SWT dan serta menyisih dari segala larangan-Nya. Ketetapan Allah SWT sering sekali terhubung dengan perilaku kebajikan yang sejuk, berbeda dengan segala larangan-Nya sering sekali terhubung dengan perilaku-perilaku yang kurang atau bahkan tidak baik. Kebaikan yang hakiki dan keindahan hati, bagi Ibnu Maskawih terlihat pada kecakapan dalam memanifestasikan dengan memaksimalkan segala potensi pemikiran nalar pada segi spiritualnya. Manusia yang dianggap mendekati ranah sempurna dalam hal kemanusiaannya adalah manusia yang keseluruhannya benar dalam beraktifitas, berpikirnya dan yang sangat mulia ikhtiarnya atau akhlaknya.

Maka dari itu, seorang manusia yang bertakwa dapat dikatakan sebagai orang yang bisa mengimplementasikan akal pikirannya dan juga bisa memanifestasikan pemeliharaan akhlak yang amat mulia yang dapat menjadikan suatu pengamalan yang paling dasar dalam Islam. Karena salah satu cita-cita beribadah itu sendiri, tidak saja diorientasikan guna menghindarkan diri pribadi dari ganasnya neraka yang kemudian digambarkan masuk surga,

namun cita-cita yang terkandung didalamnya ada sebuah dorongan bagi eksistensi dan penegakan akhlak yang baik dan itu menyangkut kebutuhan *jama'ah*. *Jama'ah* atau *mad'u* yang baik dan mempunyai kebahagiaan yang indah ialah masyarakat yang disekelilingnya mengamalkan akhlak yang benar dan memiliki budi pekerti yang elegan.

d) Wasilah (Media) Dakwah

Wasilah (media) dakwah ialah suatu benda yang dipergunakan untuk menyebar luaskan dakwah Islam kepada *jama'ah*. Karena sebenarnya dalam menyebar luaskan dakwah Islam kepada *mad'u* dapat dilaksanakan dengan memanfaatkan bermacam-macam media. Hamzah Ya'qub mengidentifikasikan media dakwah terbagi atas lima macam, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audiovisual dan akhlak.

- 1) Lisan yakni media dakwah yang sangat paling alamiah, dimana menggunakan lidah dan suara. Dakwah menggunakan media ini biasanya berbentuk pidato, penyuluhan dan lain sebagainya.
- 2) Tulisan yakni media atau suatu proses berdakwah melalui tulisan, dan biasanya bentuk dakwahnya dapat seperti buku, surat kabar dan lain sebagainya.
- 3) Lukisan merupakan media ataupun proses berdakwah melewati gambar, karikatur dan sebagainya.
- 4) Audiovisual ialah proses dalam berdakwah yang biasa dan bisa mengenai atau dirasakan oleh indra pendengaran, penglihatan atau keduanya, seperti halnya televisi, internet dan lain sebagainya.
- 5) Akhlak dalam media dakwah ialah melewati tindakan-tindakan nyata yang melukiskan ajaran Islam secara serta merta dan bisa dilihat maupun dirasakan pada pendengaran oleh *mad'u*, sehingga dapat menjadikan teladan teruntuk para *mad'u* ataupun *jama'ah* dalam proses kegiatan berdakwah yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung.

e) *Thariqoh* (Metode) Dakwah

Kata metode dalam Kamus Besar Indonesia mempunyai makna suatu cara yang biasa digunakan atau kaidah yang dipastikan secara pasti guna mewujudkan dan mensukseskan suatu cita-cita, rancangan sistem dan cara pola pikir nalar manusia. Adapun dalam metodologi pembelajaran ajaran agama Islam dikatakan bahwasanya metode merupakan suatu kaidah yang sistematis, terarah dan dasar yang paling utama dalam menggapai kebenaran. Dan dalam hubungannya dengan pembelajaran ajaran dalam Islam, maka suatu pembelajaran selalu saja berhubungan dengan hakikat penjabaran materi kepada seseorang yang sedang belajar supaya bisa diterima dan dipahami dengan seksama dan baik.

Metode dakwah yakni sebuah jalan maupun kaidah yang digunakan pendakwah untuk menyiarkan paham agama Islam. Dalam proses penyampaian suatu pengetahuan dakwah, suatu metode menjadi penting kegunaannya, karena sesungguhnya pada pesan walaupun baik atau dianggap baik, akan tetapi malah diajarkan melewati metode yang tidak baik atau kurang cocok, maka menjadikan kandungan yang disampaikan bisa saja tidak dianggap oleh seorang penerima pesan. Dan ketika berbicara mengenai cara-cara berdakwah, maka biasanya atau pada umumnya bersandarkan pada surat an-Nahl ayat 125. Dalam ayat tersebut, metode dakwah mempunyai 3 bentuk, yaitu: *bi al-hikmah*, *mau'idzatul hasanah*, dan *mujadalah billati hiya ahsan*. Secara garis besar metode dakwah merujuk kepada ketiga metode tersebut. Dalam penjabarannya sebagai berikut:

- 1) *Bi al-hikmah*, yaitu berdakwah melalui memperhatikan keadaan dan kondisi tuntunan dakwah dengan menitikberatkan pada kebolehan atau keunggulan mereka, sampai-sampai di dalam saat mengamalkan kaidah-kaidah Islam selanjutnya, *jama'ah* tidak lagi mempunyai perasaan paksaan atau keberatan.
- 2) *Mau'idzatul khasanah*, yaitu menjalankan dakwah dengan menyampaikan petuah-petuah atau menjelaskan mengenai anjuran-

anjuran Islam dengan penuh kasih sayang, yang dapat menyebabkan segala petuah dan anjuran Islam yang disampaikan dapat menggerakkan kalbu *mad'u*.

3) *Mujadalah billati hiya akhsan*, yaitu penyampaian dakwah dengan metode saling mengutarakan pemikiran serta berdebat (dialog) dengan kaidah yang sebaik mungkin dan juga sebisanya enggan memberikan suatu tekanan yang bisa memberatkan pada organisasi atau perkumpulan *jama'ah* yang menjadi objek berdakwah.

f) *Atsar* (Efek) Dakwah

Dalam setaip aktifitas dakwah tentunya akan menyebabkan suatu tingkah pola atau reaksi. Dalam artian apabila dakwah telah dilakukan oleh seorang pendakwah dengan berbagai materi dakwah dan metode yang telah ditentukan maka biasanya dapat menimbulkan aktivitas dan dampak (*atsar*) pada *mad'u*.

Atsar (efek) ada kalanya juga dikenal dengan *feedback* (umpan balik) dari sistem dakwah, hal ini sudah biasa diabaikan atau tidak terlalu menjadi kepedulian seorang *da'i*. Umumnya dari mereka menanggapi bahwasanya selepas dakwah dilakukan, maka sudah berakhirlah dakwah tersebut. Sementara itu, dampak atau efek terbilang besar dan penting, dapat dikatakan dalam tuntunan suatu keputusan dakwah kedepannya. Tanpa menganalisis efek yang ditimbulkan dakwah, maka mungkin terjadi sebuah kesalahan dalam metode yang terbilang sangat bisa merepotkan atau menyusahkan dalam kesuksesan cita-cita dakwah biasanya dapat terulang lagi. Kebalikannya, dengan kita menganalisa dampak atau efek dakwah secara baik, pintar dan tepat, maka keteledoran sistem dalam berdakwah akan dapat segera diketahui dengan maksimal, yang kemudian akan dilaksanakan evaluasi guna pengembangan pada tindakan-tindakan selanjutnya. Hal itu juga untuk metode dakwah termasuk di dalam ketetapan segala unsur dakwah yang telah dianggap bagus dan segera dapat lebih dikembangkan.

Evaluasi dan tinjauan berkenaan dengan dampak atau efek dakwah harus dilakukan secara komprehensif. Dan dalam keseluruhan elemen komposisi dakwah hendaknya dapat dikaji pula dengan baik. Para *da'i* hendaknya mempunyai jiwa yang tertanam yang dapat menerima segala sesuatu secara kondisional untuk menggerakkan pengembangan dan perubahan, selain itu harus bisa bekerja dengan memanfaatkan segala ilmu dengan maksimal. Dan apabila tindakan evaluasi ini berhasil dan telah menghasilkan beberapa ketentuan atau pencerahan, maka hendaknya segera dilaksanakan dengan sikap yang baik dan tepat pula. Jika metode ini dapat terbentuk dengan baik, maka terwujudlah suatu proses yang kerja keras dalam berdakwah.

Jalaluddin Rahmat memaklumkan bahwasanya dampak kognitif dapat terjadi apabila ada transformasi pada apa saja yang dimengerti, dipahami maupun dipahami oleh khalayak umum. Dampak ini terkait dengan perubahan pemahaman kondisi ilmu, keahlian, keyakinan atau informasi. Efek afektif timbul apabila terjadi modifikasi yang telah dirasa, dicintai atau dijauhi oleh khalayak umum, yang melingkupi segala yang terhubung dengan setiap emosi, dengan besertaan nilai sikap.²⁰

C. Konsep Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan media online, dimana penggunanya atau pemegangnya bisa dengan gampang berbagi, mengikuti dan bahkan memunculkan atau membuat media sendiri yang berupa blog, jejaring sosial dan forum. Keterangan lain mengutarakan bahwasanya media sosial merupakan media online yang men *support* interaksi sosial dengan jangkauan yang sangat luas dan bermediakan teknologi berbasis internet kemudian berupa *website* yang dapat merubah segala komunikasi menjadi percakapan yang lebih aktif.

²⁰ Muhammad Munir dan Wahyu Illahi, “*Manajemen Dakwah*”, (Jakarta: Kencana, 2021), hal. 16-

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mengutarakan bahwasanya media sosial “sebuah himpunan aplikasi yang berlandaskan internet yang dibangun atas dasar ideologi pemikiran dan teknologi Web 2.0, dan mengizinkan penemuan dan pergantian *user-generated content* (berbagai bentuk konten).

Dengan seseorang menggunakan media sosial, hal itu dapat dengan mudah terhubung dengan seseorang lainnya, baik untuk berbagi informasi dan mungkin hanya sekedar berkomunikasi. Perlu diketahui juga media sosial terbesar saat ini antara lain Facebook, yang sekarang ini telah merubah nama mereka menjadi Meta, kemudian ada Instagram, Whatsapp dan lain sebagainya.

Media sosial ini menggunakan jaringan internet, berbeda dari media tradisional yang menggunakan media cetak dan media broadcast. Media sosial juga dapat mengajak siapa pun yang telah tertarik untuk ikut serta berpartisipasi serta memberikan baik sedikit maupun banyak kontribusi dalam media sosial, dengan cara ikut memberikan komentar maupun membagikan informasi. Hal ini dapat dilakukan dalam waktu yang singkat dan tak ada batasan.²¹

2. Sejarah Media Sosial

Pada tahun 1970 ditemukan suatu sistem bulletin yang memperbolehkan orang lain dapat berkomunikasi dengan memanfaatkan surat elektronik maupun meng-*upload* serta meng-*download* perangkat lunak, yang masih dilakukan dengan memanfaatkan saluran atau jaringan telepon yang sudah terhubung dengan modem. Kemudian pada tahun 1995, lahirlah situs GeoCities yang memberikan pelayanan penyewaan segala data pada *website* supaya *website* dapat dicapai atau digunakan dari manapun. Situs ini lah yang menjadi dasar awal berdirinya sebuah *website*.

Tiga tahun kemudian lahirlah sosial media yang menjadi permulaan, yaitu *Sixdegree.com* dan *Classmates.com*. Tidak hanya berhenti disitu, di

²¹ Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia”, Jurnal Publiciana, Vol. 9 No. 1, Maret 2017, hal. 142-143

tahun itu juga munculnya pertama kali *website* yang penggunanya dapat berkreasi sendiri atau menciptakan halaman situsnya sendiri yang dikenal dengan Blogger.

Media sosial menjalani perkembangan yang besar dari tahun ke sertiap tahunnya. Dan pada tahun 2002 Friendster menjadi media sosial yang sangat *booming*, yang kemudia pada tahun 2003 sampai dengan saat ini bertumbuh berbagai media sosial yang mempunyai kelebihan dan keunikan masing-masing, seperti Facebook, Twitter, Google+, My Space, TikTok, Instagram dan lain sebagainya.

3. Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut Nasrullah, ada enam pengkategorian besar media sosial.

a) *Social Networking*

Social Networking yakni saran yang dapat dipergunakan untuk melakukan komunikasi, juga dapat dikatakan sebagai dampak yang terlahirk dari sebuah komunikasi tersebut pada dunia maya. Personalitas utama dari jejaring sosial yang yaitu penikmatnya dapat membuat komunitas pertemanan yang baru. Dan terdapat banyak kasus, terciptanya komunitas pertemanan yang gres ini dapat berlandasan pada minat dengan perkara yang sama, seperti halnya persamaan hobi atau minat. Contoh dari komunitas sosial adalah Facebook dan Instagram.

b) *Blog*

Blog adalah jejaring sosial yang memfasiliatsi penikmatnya untuk bisa meng-*upload* agenda keseharian, memberikan tanggapan dan berbagi hal-hal yang dianggap baru dengan pengguna lain, seperti berbagi jaringan *website*, informasi dan sebagainya.

c) *Microblogging*

Microblogging yakni ragam media sosial yang memberikan pengguna untuk dapat menulis dan meng-*upload* kegiatan serta buah pikiran atau suatu konsep. Secara historis, kehadiran ragam media sosial ini berdasar pada munculnya Twitter yang hanya menyajikan ruang tertentu yaitu maksimal 140 karakter.

d) *Media Sharing*

Media sosial ini mengizinkan penikmatnya untuk dapat berbagi dan menge-*save* berkas, seperti halnya dokumen, video, audio, gambar secara online.

e) *Social Bookmarking*

Penanda sosial yakni media sosial yang beroperasi untuk mengorganisasikan, menyimpan, mengelola dan juga memilah dan memilih suatu informasi atau berita *online*.

f) *Wiki*

Wiki merupakan situs yang dimana setiap unggahannya merupakan hasil dari sebuah kolaborasi para penggunanya. Setiap pengguna *website* dapat mengubah atau menyunting sebuah unggahan yang sudah dipublikasikan dikhalayak umum.

D. Instagram

1. Pengertian Instagram

Boyd dan Ellison berpendapat bahwasanya jejaring sosial merupakan layanan berbasis web yang memungkinkan sekali seseorang untuk menciptakan atau membuat profil umum dan khusus dalam suatu sistem yang terbatas, sehingga dapat menampilkan suatu produk atau konten bagi pengguna lainnya untuk dilihat-lihat maupun diamati segala tampilan yang ada di jejaring sosial tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan Lampe, menganggap bahwasanya situs jejaring sosial ialah ekstensi diri di dunia maya dan segala ikatan-ikatan yang ada didalamnya juga merupakan ekstensi dari ikatan-ikatan yang benar-benar ada. Hal ini disebabkan karena penggunaan situs jejaring sosial biasanya mencari orang-orang yang mereka kenal sehingga dapat melakukan interaksi dengan orang-orang tersebut, dan kadang kala juga untuk mencari teman-teman baru.

Instagram sendiri merupakan salah satu dari jejaring sosial yang sangat berkembang pada masa sekarang. Instagram sendiri adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video untuk dinikmati

orang lain maupun sebaliknya yaitu untuk dinikmati seseorang itu sendiri. Semakin populernya instagram sebagai salah satu aplikasi yang sering digunakan pada masa sekarang, membuat banyak pengguna yang mempunyai bisnis online turut serta mempromosikan produk-produknya.

Semakin luas manfaat yang dirasakan, aplikasi instagram ini sekarang menjadi salah satu aplikasi yang sangat berdampak dalam penyebaran informasi di dunia maya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengguna, baik dari kalangan artis sampai dengan pejabat negara yang ikut serta memanfaatkan media sosial instagram ini untuk kepentingan masing-masing.²²

2. Sejarah Instagram

Startup merupakan suatu sistem dirancang oleh organisasi Burbn. Kevin Systrom dan Mike Krieger sangat berkeinginan menjadikan manajemen interaksi personal yang berlandas fotografi sebagai anugerah yang turun dari *heaven*. Kevin mengolah serta menggabungkan komponen *Four Squar* (*Check in*) dengan komponen *Mafia Wars*. Dari situlah adanya istilah Burbn sedang digagas. Burbn yakni *startup* perubahan yang hanya berfokus pada penyusunan aplikasi yang saat itu hanya untuk *handphone* berlandaskan *HTML5* yang biasa dipergunakan teruntuk *check in* sebuah tempat, kemudian diciptakan fokus pada laman *home base* dengan seorang teman, mengunggah foto dan mengunggah sebuah status. Pada pertama kali dulu mempunyai banyak fokus dalam *HTML5* serba bisa digunakan. Namun, Kevin Systrom dan Mike Krieger saat itu lebih memfokuskan pemikirannya semata-mata pada sesuatu yang spesifik dan kemudian menciptakan versi model yang pertama kali pada Burbn, yang berfokus pada sesi foto, komentar dan terlebih lagi memiliki keunggulan atau fitur untuk menyukai suatu foto yang telah diunggah. Hal tersebutlah yang pada akhirnya menjadikan awal tonggak kemunculnya media berbasis *website* yaitu Instagram.

²² M. Arif Wicaksono, "Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadawahkuro Terhadap Minat Berkunjung Followers", JOM Fisip, Vol. 4 No. 2, Oktober 2017, hal. 7

Mengingat fokus kinerja Kevin yang lebih berfokus pada hal yang terkait dengan fotografi, dan berpasan dengan pola Burbn adalah memanfaatkan komponen atau fitur yang dapat berbagi foto. Nama Instagram setidaknya memerlukan waktu sampai dengan tujuh hari untuk mengamati dan memikirkan nama lain yang dianggap serasi dengan desain aplikasi tersebut. Kevin dan Mike mengkombinasikan pemikiran “ditempat” dengan probabilitas dapat merekam suatu hal dalam keseharian *klien*. Satu lagi yang harus diperhatikan yaitu *brand* dagang yang dibutuhkan adalah bahwa penyebutan nama itu harus dapat dieja secara baik dan benar oleh semua orang. Seiringan dengan itu, kemudian nama Instagram dicipta, dan kemudian Instagram resmi diluncurkan untuk pengguna *iOS* pada 6 Oktober 2010.

3. Fitur-fitur Instagram

Instagram merupakan aplikasi untuk berbagi unggahan foto dan dapat menyimpan sebuah gambar, lukisan maupun foto dan mempraktikkan berbagai filter digital yang telah ada untuk mengalihkan atau mengganti sebuah ekspresi dampak foto yang lebih menarik, dan dapat mengasihikan ke berbagai fitur yang ada pada media sosial lainnya, yang termasuk yang dimiliki Instagram. Instagram sendiri memiliki berbagai fitur, yaitu sebagai berikut:

- a) *Home Page*, yang merupakan halaman utama untuk menyajikan atau menunjukkan (*timeline*) sebuah foto-foto maupun video terbaru dari sesama pengguna yang sudah di-*follow*.
- b) Komentar, berfungsi sebagai salah satu layanan jejaring sosial. Instagram sendiri menyediakan fitur komentar, foto-foto yang bisa ditanggapi pada kolom komentar yang tersedia.
- c) *Explore*, yakni tampilan yang berupa foto-foto populer yang sangat disenangi oleh penikmat Instagram pada umumnya. Fungsi dasar dari fitur ini masih sama, yaitu menyuguhkan unggahan yang paling disenangi.

- d) Profil, seseorang bisa mencari dan menemukan secara lebih mendalam mengenai data seseorang lainnya apabila seseorang tersebut menampilkan data pada fitur ini.
- e) Sumber berita, suatu komponen yang menunjukkan pemberitahuan mengenai berbagai kegiatan yang telah atau akan dilakukan seseorang, yang tentunya telah di *posting* pada laman Instagram.
- f) Pengaturan aplikasi, merupakan salah satu komponen penting yang dapat diidentifikasi dengan pengaturan yang ada pada aplikasi, dan biasanya tertulis dengan pengaturan. Pengaturan sendiri dapat mengawasi aktifitas, yang berupa pengaturan lindungan dan keamanan, pengaturan pemberitahuan dan pengaturan login pada akun.
- g) Cerita Instagram, komponen atau fitur lainnya dan diciptakan oleh Instagram pada Agustus 2016. Komponen ini pada umumnya mempunyai kesamaan berkenaan dengan cerita yang telah melibatkan di media yang berlandaskan *website* Snapchat. Komponen ini mengizinkan seseorang untuk bisa membagikan foto maupun memori satu dengan lainnya yang akan bertahan dan selanjutnya akan dihilangkan secara spontan dalam jangka waktu 24 jam. Dalam fitur cerita dapat digunakan untuk mengunggah foto dan sebuah rekaman video dalam elemen yang dapat ditambahkan teks, coretan, aktivitas gerakan maupun dampak vidio.²³

4. Manfaat Instagram

Instagram memiliki berbagai keunggulan dalam kegiatan berdakwah, seperti halnya untuk dapat menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u* tidak terlalu membutuhkan tenaga yang banyak dan sedangkan waktu yang digunakan untuk menyampaikan kepada *mad'u* sangat singkat akan tetapi sangat luas jangkauannya. Melalui Instagram, dakwah yang ingin kita sebarkan dapat menggunakan tulisan, foto bahkan vidio pun dapat kita sampaikan dengan mudah.²⁴

²³ Maulana, Fadhil, "*Pesan Media Sosial Instagram Akun Ala Santri Dalam Penyebaran Dakwah Bagi Para Milenial*", Skripsi, Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2021, hal. 23-25

²⁴ Dinda Sekar P. dan Reni Nuraeni, "*Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*", Jurnal Common, Vol. 3 No.1, 2019, hal. 73-74

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Pondok Pesantren As-Sujudiyyah Demak

1. Sejarah Pondok Pesantren As-Sujudiyyah Demak

Awal mula berdirinya Pondok Pesantren As-Sujudiyyah memiliki nama “*Darut Tholabah*” (Wisma Santri) As-Sujudiyyah oleh KH. Munawar Sujud. Karena pada awal dirintisnya pondok pesantren, para santri bertempat tinggal di rumah Kyai yang terletak di kampung Setinggil Bintoro Demak tepatnya pada tanggal 8 Juli 1992.

Pada masa awal tersebut, kebanyakan santri berasal dari keluarga Kyai sendiri, sehingga banyak yang memanggil Kyai dengan sebutan Pakde. Karena Kyai sendiri belum mau dipanggil oleh masyarakat dengan sebutan Kyai dengan 49e bagian belum berusia 40 tahun dan agar lebih bisa dekat dengan keluarga sekaligus santrinya.

Tiga tahun setelah itu tepatnya pada tanggal 26 Oktober 1995, Kyai membeli tanah di kampung Tembiring Bintoro Demak yang saat itu masih berupa semak-semak belukar dan ditengah-tengah sawah dengan dikelilingi buah belimbing.

Menurut cerita masyarakat sekitar bahwa tanah tersebut tergolong tanah yang angker sehingga Kyai bersama-sama para santri setiap habis jum'atan datang ke tempat tersebut dengan menjalankan ritual istighosah, bertujuan untuk menetralkan energi negatif di tanah tersebut dari gangguan-gangguan makhluk gaib yang berada di tanah tersebut.

Sebelum tanah tersebut didirikan bangunan, Kyai bersama-sama santri melakukan babat alas. Dimana semangat dan perjuangan santri sangat luar biasa bahkan beberapa santri berinisiatif untuk tidur di tanah tersebut yang masih berupa semak belukar.

Perjuangan tersebut membuahkan hasil yang signifikan mulai dari bermodalkan 2 tikar untuk tidur, akhirnya pada tanggal 30 Juli 1996 pada santri dan Kyai bisa membuat barak-barak yang bagi santri sudah layak

dijadikan tempat berteduh dan mengaji. Akan tetapi untuk para santriwati masih tinggal di Setinggil bersama Kyai.

Setelah berjalan dua bulan pembangunan permanen dapat dimulai dengan peletakan batu pertama pada tanggal 27 September 1996. Pembangunan pondok pesantren tersebut tidaklah semudah yang dibayangkan. Pembangunan pondok tersebut kerap kali harus berhenti karena kekurangan dana, yang mengakibatkan para santri harus masih tinggal di barak-barak tersebut selama satu tahun satu bulan.

Perjuangan yang dirasakan semakin terasa pada saat tanggal 5 September 1997 pondok pesantren mengalami hal yang luar biasa dan akan menjadi catatan sejarah bagi seluruh santri yang ada. Karena bangunan pondok yang masih berupa barak-barak tadi mengalami musibah kebakaran yang menghancurkan seluruh bangunan dan benda yang ada. Belum diketahui secara pasti apa yang menyebabkan kebakaran tersebut, karena terjadi siang hari dimana mayoritas santri masih berada di sekolah.

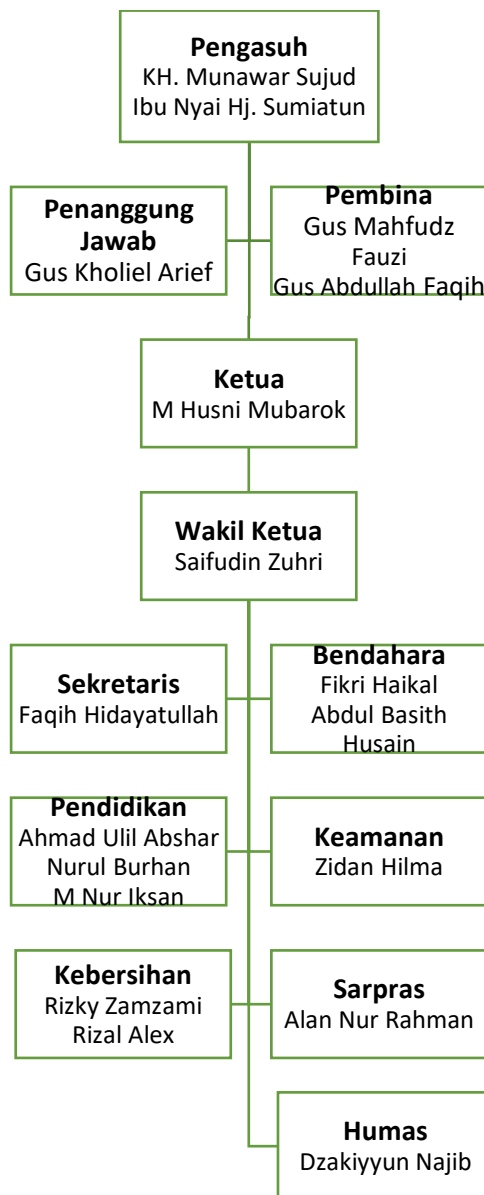
Dan pada tahun 1998 mulailah dibangun pondok putri, sebab di wisma/ndalem Kyai sudah tidak cukup menampung para santriwati. Setelah Gedung pondok putri dapat ditempati maka Kyai juga turut pindah bersama para santriwati dan bangunan wisma digunakan untuk Pendidikan calon ustadz.

Pada tahun 2000 mulailah dirintis MADIN Awaliyah bertepatan dengan ahad pon tanggal 23 Januari 2000 dan dilanjutkan ketingkat *Wustho* dan *Ulya* yang kemudian terus berjalan sampai dengan sekarang ini. Melihat keadaan Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah yang terus berkembang baik dalam bidang pengajaran maupun pendidikannya, maka mulai dirintislah TKQ/TPQ pada tanggal 12 Januari 2003 yang mayoritas dipenuhi anak-anak kampung Tembiring dan sekitarnya.

Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah yang terus berbenah diberbagai bidang dengan mengoptimalkan potensi yang ada melalui arahan dari Kyai yang dibantu segenap santri dan alumni sehingga bisa berkembang sampai seperti sekarang ini, walaupun masih banyak sekali kekurangan.

2. Struktur Kepengurusan Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak Pengasuh Pondok

Berikut merupakan struktur kepengurusan Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak:



Gambar1. Struktur Organisasi Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah

Struktur kepengurusan harus diperhatikan sebuah organisasi. Diatas merupakan struktur Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak. Adanya struktur bertujuan untuk mempermudah berjalannya kegiatan Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak.

3. Tata Tertib Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak

a) *Ma'murot*

Setiap santri diwajibkan:

- 1) Minta izin kepada pengasuh dan pengurus apabila hendak pulang atau berpergian jauh dan memberitahu pengurus apabila telah kembali ke pondok
- 2) Mengikuti pengajian kitab dan Al-Qur'an
- 3) Piket jaga malam dan kebersihan pada hari kerjanya
- 4) Mengikuti kegiatan jam'iyah
- 5) Mengikuti sholat berjama'ah lima waktu
- 6) Bila keluar pondok memakai pecis
- 7) Mengikuti *ro'an*
- 8) Mengikuti madin As-Sujuudiyyah
- 9) Menjaga nama baik pesantren dan Sopan santun dalam semua tindakan dan bisa menjaga kerapian, terutama bila keluar pondok

b) *Manhiyyat*

Setiap santri dilarang:

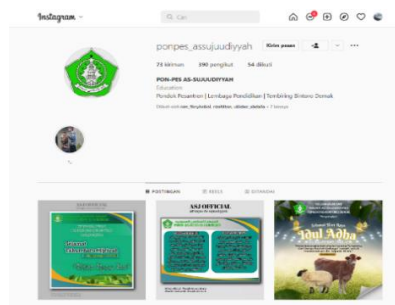
- 1) Pulang melebihi batas yang ditentukan oleh pengasuh dan pengurus kecuali sudah meminta perpanjangan izin pulang
- 2) Surat menyurat atau bergaul bebas dengan santri putra maupun putri
- 3) Nonton konser atau show lainnya
- 4) Keluar malam mulai pukul 21.30 WIB sampai subuh
- 5) Menggosob milik orang lain
- 6) Memetik tanaman atau merusak bangunan warga sera barang milik orang lain
- 7) Membuang sampah sembarangan
- 8) Merokok
- 9) Berpergian atau pulang tanpa izin pengasuh atau pengurus
- 10) Pulang sebelum satu bulan, kecuali dalam keadaan terpaksa
- 11) Menggunakan HP pada jam aktif kegiatan pesantren

B. Gambaran Profil Akun Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak

Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak merupakan salah satu pondok yang memulai memperhatikan pengelolaan media sosial Instagram secara perlahan. Walaupun masih terbilang awam dan perlu banyak perbaikan, akan tetapi pondok pesantren tersebut tetap berusaha dengan baik untuk bisa memanfaatkan sekaligus mengembangkan media instagram tersebut.

Menampilkan konten-konten yang dianggap menarik, serta menjelaskan makna dari konten yang diunggah tersebut, menjadikan nilai tambah terhadap konten tersebut. Dan bahkan dapat mempermudah pengguna Instagram untuk memahami pesan yang ingin disampaikan pada unggahan tersebut. Pada saat ini, admin pengelola akun Instagram hanya mengunggah suatu konten bilamana bertepatan dengan hari besar saja, khususnya pada hari besar umat Islam.

Selanjutnya adalah gambar profil akun Instagram @ponpes_assujuudiyyah:



Gambar 2. Beranda/Profil Akun Instagram @ponpes_assujuudiyyah

a) Foto Profil

Bahwasanya setiap media sosial pasti mempunyai fitur foto profil. Dimana hal ini bertujuan untuk menampilkan suatu foto atau gambar pemilik akun media sosial tersebut. Dalam hal ini akun media sosial Instagram @ponpes_assujuudiyyah menggunakan logo ponpes sebagai foto profil akun tersebut.

b) Bio

Bio merupakan fitur untuk bisa menampilkan beberapa data yang dapat dapat ditambahkan oleh pengguna Instagram. Dan data tambahan memiliki batasan yang dapat menjadikan tidak maksimal data yang ingin ditulis. Hal ini juga menyiratkan bahwasanya pengguna Instagram telah diizinkan untuk menambahkan informasi apa pun untuk menampilkan diri atau hal lain sesuai dengan keinginan pengguna. Pada akun @ponpes_assujuudiyah, terdapat bio yang memberikan data yang menunjukkan bahwasanya akun tersebut merupakan sebuah lembaga pendidikan.

c) *Following*

Kata *following* mempunyai arti mengikuti. Maksud dari mengikuti itu ialah kita dapat melihat setiap kiriman dan unggahan yang dikirim oleh akun yang telah kita ikuti. Selain dan bahkan lebih dari itu juga kita bisa melihat koleksi foto dan vidio yang diunggah akun lain yang telah kita ikuti. Akun @ponpes_assujuudiyah per tanggal 28 Agustus 2022 telah mengikuti 54 akun.

d) *Follower*

Follower yang berarti pengikut merupakan akun-akun yang dapat melihat dan menikmati segala kiriman dan unggahan dari akun yang telah diikuti. *Follower* juga menjadi salah satu faktor yang amat penting dalam Instagram. Dan bisa dilihat bahwa akun @ponpes_assujuudiyah terhitung sampai tanggal 28 Agustus 2022 mempunyai 390 pengikut, yang berarti akun @ponpes_assujuudiyah masih terbilang kurang maksimal dalam pemanfaatan media sosial Instagram.

e) *Postingan*

Postingan atau unggahan merupakan unsur yang penting dalam Instagram. Karena hal ini biasanya lah yang paling mudah dijumpai dari pengguna lain yang mengikuti akun kita. Dan dari postingan dakwah Islam dengan mudah disebar luaskan ke masyarakat umum. Hingga 28 Agustus 2022, akun @ponpes_assujuudiyah telah mengedarkan 73 postingan pada akunnya.

BAB IV

ANALISIS STRATEGI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PONDOK PESANTREN AS- SUJUUDIYYAH DEMAK

A. Analisis Strategi Dakwah Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak Dalam Menetapkan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah

Kegiatan dakwah perlu adanya strategi untuk memudahkan penyampaian segala pesan dakwah kepada *mad'u*. Penggunaan strategi yang baik dalam menyampaikan segala pesan dakwah, pastinya akan melalui sebuah perencanaan terlebih dahulu yang terencana dan secara matang. Hal ini dilakukan supaya pesan dakwah dapat tersampaikan dengan baik dan maksimal. Terlebih dalam penyampaian pesan dakwah melalui media sosial yang harus mempunyai strategi supaya dapat lebih mudah tersampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*.

Penulis melakukan tahap pengumpulan data melalui wawancara dengan Gus Mahfudz, Kang Ahmad Fikri Haikal, Kang Ulil Absor dan Kang Ulin Nuha selaku perwakilan pihak *ndalem* (putra Kyai) pondok pesantren dan pengurus yang bertanggung jawab mengelola akun @ponpes_assujuudiyyah dan juga salah satu santri pondok pesantren.

Penulis juga melakukan pengamatan pada akun Instagram Ponpes As-Sujuudiyyah yang berkaitan dengan judul penelitian ini yaitu Strategi Dakwah Melalui Media Sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak. Dengan menganalisa data yang diperoleh sebelumnya dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan pihak yang terkait. Data yang didapatkan kemudian dianalisis, setelah itu data dipaparkan sesuai dengan hasil penelitian yang ada.

Penulis menggunakan analisis SWOT untuk melihat metode analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak, baik dari ruang lingkup internal maupun eksternal. Penulis telah mengidentifikasi faktor internal dan faktor

eksternal yang dapat mendukung dan yang menjadi penghambat dalam strategi dakwah pondok pesantren. Analisis SWOT dapat diimplementasikan dengan metode memilah berbagai hal yang dapat mempengaruhi keempat faktornya, kemudian dipetakan sebagai berikut:

1. Faktor Internal Strategi Dakwah Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak Melalui Media Sosial Instagram

Faktor internal merupakan faktor-faktor yang dapat dikelola secara pribadi oleh pemiliknya sendiri, dalam hal ini Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak.

a. *Strength* (Kekuatan)

- 1) Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak memiliki Balai Latihan Kerja (BLK).
- 2) Adanya dukungan dari pihak *ndalem*.
- 3) Memiliki jaringan-jaringan yang dapat mendukung pengembangan serta pemanfaatan media sosial Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak.

b. *Weakness* (Kelemahan)

- 1) Kurangnya sumber daya aktif
- 2) Kurang konsistennya unggahan dakwah media sosial.
- 3) Kurangnya *monitoring* dari pihak *ndalem*.

2. Faktor Eksternal Strategi Dakwah Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak Melalui Media Dakwah Instagram

Faktor eksternal merupakan faktor yang tidak dimiliki oleh organisasi, karena faktor ini berada di luar lingkungannya. Berikut analisis faktor eksternal yang ada di Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak.

a. *Opportunity* (Peluang)

- 1) Adanya santri baru setiap tahun.
- 2) Mempunyai alumni yang menekuni media (desain grafis).

b. *Threats* (Ancaman)

- 1) Kurang maksimalnya pemanfaatan media sosial pondok pesantren dibandingkan dengan pondok pesantren lainnya.

- 2) Kurangnya respon masyarakat
- 3) Berkurangnya pengikut atau *follower* karena kurang aktifnya media sosial tersebut.

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal Strategi Dakwah Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah disajikan dalam matrik TOWS sebagai berikut:

Table 2. Matrik TOWS Strategi Dakwah Pondok Pesantren

Internal	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> • Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah memiliki Balai Latihan Kerja (BLK). • Dukungan dari pihak <i>ndalem</i>. • Pembelajaran teknologi desain grafis 	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya sumber daya aktif. • Kurang konsistennya unggahan dakwah media sosial. • Kurangnya <i>monitoring</i> dari pihak <i>ndalem</i>.
<i>Opportunity (O)</i>	Strategi SO	Strategi WO
<ul style="list-style-type: none"> • Adanya santri baru setiap tahun. • Memiliki jaringan-jaringan yang dapat membantu mengembangkan media sosial pondok pesantren. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pemanfaatan Balai Latihan Kerja yang lebih baik lagi guna para santri. • Mendatangkan mentor yang dianggap dapat membantu para pengurus maupun para santri untuk dapat memanfaatkan teknologi serta media sosial yang dimiliki pondok pesantren. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari atau menyaring santri pondok pesantren yang berminat menekuni teknologi guna mengelola media sosial pondok pesantren. • Meminta bantuan untuk mempromosikan atau mengiklankan oleh pihak yang dianggap dapat membantu penyebarluasan dakwah pondok pesantren.
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST	Strategi WT
<ul style="list-style-type: none"> • Kurang maksimalnya pemanfaatan media sosial pesantren dibandingkan pondok pesantren lainnya. • Kurangnya respon masyarakat. • Berkurangnya pengikut 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya Balai Latihan Kerja, menjadi sarana prasarana yang dapat diunggulkan pondok pesantren, apabila dapat dimanfaatkan lebih baik lagi. • Unggahan pengajian 	<ul style="list-style-type: none"> • Memfokuskan beberapa pengurus maupun santri untuk bisa lebih menekuni teknologi guna dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah pondok

atau <i>followers</i> pada media sosial.	pondok pesantren ditingkatkan, supaya <i>mad'u</i> yang berada di dunia maya, dapat lebih tertarik dari dakwah yang dilakukan.	pesantren. • Adakan pengkhususan kepada pengurus maupun santri guna berkhidmah dengan cara yang berbeda yaitu <i>ro'an</i> di depan computer.
--	--	--

Dengan banyaknya potensi yang dimiliki Pondok Pesantren Assujuudiyah Demak, perlu adanya strategi yang tepat pula di beberapa bagian berdasarkan hasil dari analisis SWOT yang telah dilakukan penulis, yaitu sebagai berikut:

1) Strategi SO

- a) Pemanfaatan Balai Latihan Kerja yang lebih baik lagi untuk para santri.

Memiliki sarana prasarana yang cukup memadai seharusnya dapat dimanfaatkan dengan baik pula. Sarana prasarana menjadi faktor penting dalam berdakwah, terlebih berdakwah melalui media sosial, alat-alat seperti *smartphone* atau laptop bahkan komputer, kemudian jaringan *WiFi*, sampai dengan aplikasi yang digunakan untuk *editing* menjadi faktor yang perlu diperhatikan. Hal ini guna menjadikan dakwah yang lebih berkembang dengan memunculkan kreasi-kreasi yang lebih baik, serta kreatifitas yang *up to date* yang menarik sehingga mudah ditangkap segala pesan dakwah yang terkandung dalam setiap konten pada akun @ponpes_assujuudiyah. Sekaligus menjadi upayanya untuk memaksimalkan dakwah melalui media sosial Instagram.

- b) Mendatangkan mentor yang dianggap dapat membantu para pengurus maupun para santri untuk dapat lebih memanfaatkan teknologi serta media sosial yang telah dimiliki pondok pesantren.

Memiliki sarana prasarana yang baik serta memiliki dukungan dari pihak eksternal seharusnya dapat dikolaborasikan dengan baik. Penting untuk dimaksimalkan sebagaimana mestinya yang bertujuan

untuk dapat menjadikan media sosial pondok pesantren lebih berkembang kearah yang lebih baik.

2) Strategi WO

- a) Mencari atau menyaring santri pondok pesantren yang berminat menekuni teknologi guna mengelola media sosial pondok pesantren.

Pihak pesantren setidaknya harus mencari seorang santri yang mempunyai minat terhadap teknologi. *Regenerasi* sangat dibutuhkan dalam bidang apapun, hal ini sangat penting diperhatikan supaya ada seorang santri yang akan melanjutkan segala kegiatan yang telah dilakukan. Tujuan yang lain supaya pengelolaan media sosial bisa lebih diperhatikan kembali.

- b) Meminta bantuan untuk mempromosikan atau mengiklankan oleh pihak yang dianggap dapat membantu penyebaran dakwah pondok pesantren.

Adanya jaringan-jaringan yang dianggap bisa membantu menyebarkan pengaruh dakwah pondok pesantren harus dapat dimanfaatkan. Peluang yang ada harus dapat dimaksimalkan, bagaimana pun juga apabila dakwah pondok pesantren dapat tersebar secara lebih luas, juga akan mempengaruhi kemajuan dakwah pondok pesantren melalui media sosial. Efek dari ini juga dapat menjadikan *mad'u* pondok pesantren pada media sosial lebih banyak lagi.

3) Strategi ST

- a) Adanya Balai Latihan Kerja (BLK), menjadikan sarana prasarana yang dapat diunggulkan pondok pesantren, apabila dapat dimanfaatkan dengan baik.

Pemanfaatan sarana prasarana yang ada sangat diperlukan. Pemanfaatan yang baik dapat lebih mendorong popularitas yang baik pula di lingkungan luas. Bersyarat ketekunan yang baik, akan dapat melampaui apa saja yang telah menjadi baik terlebih dahulu. Optimis dengan didampingi ketekunan akan menjadikan dakwah pondok pesantren melalui media sosial lebih dapat diminati *mad'u* yang ada.

- b) Unggahan pengajian pondok pesantren harus ditingkatkan, supaya *mad'u* yang berada di dunia maya dapat lebih tertarik dengan dakwah yang dilakukan pondok pesantren.

Konsistensi pengelola dalam menggunggah suatu pengajian atau apapun itu guna dakwah melalui media sosial terkhususnya Instagram, akan menjadikan para *mad'u* lebih tertarik karena konsistennya unggahan yang dilakukan. *Mad'u* dalam menggunakan medis sosial juga membutuhkan unggahan-unggahan yang positif dan bermanfaat guna kehidupan.

4) Strategi WT

- a) Memfokuskan beberapa pengurus maupun santri untuk bisa menekuni teknologi guna dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah pondok pesantren.

Fokusnya seorang pengurs dan santri dapat menjadikan pengelolaan media pondok pesantren menjadi lebih terkontrol. Otomatis dengan adanya kontrol yang baik akan menjadikan strategi dakwah pondok pesantren menjadi lebih maksimal dan dapat lebih dinikmati oleh para *mad'u*.

- b) Adakan pengkhususan kepada pengurus maupun santri guna ber*khidmah* dengan cara yang berbeda, yaitu *ro'an* di depan komputer.

Pemikiran yang unik akan tetapi mempunyai makna yang sangat baik di dalamnya. *Ro'an* dengan cara seperti ini juga dapat menjadikan pengelompokkan baru dalam kegiatan ber-*khidmah* pada pondok pesantren. Selain itu juga dapat menjadikan kemajuan yang baik pula untuk pengelolaan media sosial yang dimana hal ini dapat menjadikan kemajuan pula terhadap strategi dakwah pondok pesantren melalui media sosial.

B. Strategi Dakwah Pondok Pesantren As-Sujuudiyah Demak Melalui Media Sosial Instagram

Instagram sendiri memiliki banyak fitur menarik yang ditawarkan untuk penggunaannya. Dan dengan adanya fitur tersebut dapat membuat pengguna Instagram akan lebih dimudahkan dalam beraktifitas. Begitu pun dengan Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah juga telah memanfaatkan beberapa fitur yang tersedia tersebut untuk memanfaatkan dakwah Islam. Seperti halnya pengguna media sosial lainnya, @ponpes_assujuudiyyah memiliki strategi yang dianggap efektif untuk menarik minat masyarakat dan memberikan kemudahan dalam memahami informasi yang disampaikan dalam setiap unggahan. Dari sisi bentuk konten strategi yang digunakan yaitu bukan hanya sekedar membagikan konten gambar saja, akan tetapi dalam akunnya @ponpes_assujuudiyyah juga memberikan sisipan kata atau teks sebagai penjelas konten unggahan.

Seperti yang telah dipaparkan di atas, salah satu manfaat media sosial Instagram ialah dapat dijadikan sebagai alat untuk berdakwah. Adapun strategi dakwah yang disajikan akun @ponpes_assujuudiyyah sering kali dengan hanya menggunakan beberapa fitur sajar, antara lain:

a. Pemanfaatan Unggahan Gambar atau Foto

Gambar atau foto merupakan salah satu fitur yang diunggulkan oleh aplikasi atau media sosial Instagram. Karena pada dasarnya Instagram merupakan media sosial yang berbasis web, sehingga dapat membagikan gambar atau foto kepada masyarakat luas, yang sehingga dapat dilihat dan diakses secara efektif pada aplikasi instagram itu sendiri. Walaupun memang rekaman lebih banyak digunakan, akan tetapi sorotan gambar tak kalah banyak digunakan oleh para pengguna khususnya pada akun @ponpes_assujuudiyyah.

b. Pemanfaatan Video

Konten video biasanya dapat lebih memudahkan *mad'u* untuk menerima segala pesan dakwah yang ingin disampaikan. Karena biasanya selain keterangan penjelas atau *caption* yang telah ditulis, di dalam video juga terdapat keterangan tambahan atau *subtitle* yang diberikan oleh admin @ponpes_assujuudiyyah. Dan biasanya video

dibuat dari rekamanan pengajian maupun kegiatan pondok yang kemudian diediting dengan maksud supaya video tersebut lebih menarik.

c. Pemanfaatan *Subtitle* atau Penjelasan

Subtitle berfungsi seperti penggambaran atau penjelasan dimana admin memberikan penjas berupa kata-kata mengenai foto atau video yang telah diunggah. Setelah penulis amati, bahwasanya dalam setiap unggahan yang dibuat akun @ponpes_assujuudiyah menyertakan penjas. Dan pada umumnya ditulis secara konsisten berisi pedoman, bait dari Al-Qur'an maupun *hadits* yang memiliki pesan baik sesuai dengan unggahan tersebut.

d. Pemanfaatan Fitur Cerita (*Story*)

Penulis mengamati bahwasanya, akun @ponpes_assujuudiyah lebih sering mengunggah *story* daripada mengunggah foto atau video diberanda akun @ponpes_assujuudiyah, yang pastinya bisa bertahan lebih lama daripada dengan mengunggah hanya di *story* saja. Karena fitur cerita atau *story* hanya dapat bertahan 24 jam, yang kemudian secara otomatis akan menghilang sendiri setelah melewati 24 jam. Lebih sering mengunggah pada fitur cerita dikarenakan kurang konsistennya admin @ponpes_assujuudiyah dalam mengelola akun tersebut.

Media berbasis web memang memiliki banyak sekali keunggulan, salah satunya adalah pengguna bisa mendapatkan data secara cepat dan dapat dilakukan dimana saja. Untuk situasi ini *mad'u* dapat dengan mudah mendapatkan unggahan-unggahan yang bernilai positif. Strategi yang dilakukan @ponpes_assujuudiyah juga dengan cara mengkomunikasikan pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam setiap unggahan, yang bertujuan untuk konsumsi kebaikan untuk disajikan pada *mad'u*.

Untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam setiap unggahan akun @ponpes_assujuudiyah, admin atau kreator selalu menyebutkan fakta-fakta objektif mengenai makna yang terkandung dalam unggahan yang ada pada akun Instagram tersebut. Kemudian penulis mengkategorikannya ke dalam beberapa nilai pesan dakwah sebagai berikut:

1) Tentang Akidah

Akidah merupakan suatu yang pokok dalam Islam. Kemudian daripada itu, landasan amalan Islami dalam kehidupan individu yang sekaligus dapat menunjukkan bahwasanya individu tersebut memiliki keyakinan atau mengimplentasikan sifat dari keyakinan yang dimilikinya. Manusia hidup berdasarkan keyakinan, dan tinggi rendahnya nilai kepercayaan memberikan efek dalam menjalani ritual dan tingkah laku kehidupan dalam kesehariannya. Itulah sebabnya kehidupan utama dalam Islam dimulai dengan keyakinan atau biasa disebut akidah. Membahas pesan dakwah, akun instagram @ponpes_assujuudiyah memiliki unggahan yang memberikan pesan kepada kita mengenai salah satu akidah atau kepercayaan untuk menambah rasa cinta terhadap Baginda Nabi Muhammad SAW.



Gambar 3. ScreenShot Video Maulid Nabi Muhammad SAW

Unggahan tersebut mengandung pesan dakwah mengenai mengungkapkan rasa cinta kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan kita semua cahaya dari gelapnya ke jahiliah pada jaman dahulu. Dan semoga kecintaan kita semua dapat menjadikan syafaat di *Yaumul Akhir* kelak.

2) Tentang Syariah

Tujuan ditegakkannya syariah adalah kebaikan atau *maslahah*. Kebaikan tersebut tidak hanya ditujukan hanya bagi kaum muslimin saja, akan tetapi menyeluruh kepada semua orang. Karena sesungguhnya syariah sendiri merupakan komponen ajaran Islam yang mengatur tentang kehidupan seorang muslim dalam kaitannya dengan ibadah (*hablumminAllah*) maupun terkait dengan muamalah (*hablumminannas*), yang merupakan aktualisasi dari akidah yang menjadi keyakinannya.

Pada unggahan terkait dengan syariah ini akun @ponpes_assujuudiyah mengajak kita untuk senantiasa selalu berdoa kepada Allah SWT yang bagaimanapun juga kita telah mendapatkan nikmat yang teramat banyak serta kabaikan di setiap harinya.



Gambar 4. Doa Akhir dan Awal Tahun Hijriah

Pada substansi ini terdapat pesan dakwah bahwasanya tahun baru hijriah akan menaungi kita setahun kedepan dan akan datang kembali ditahun berikutnya dengan membawa kebaikan dan harapan yang baik di setiap harinya.

3) Tentang Akhlak

Sebagai makhluk yang sempurna, manusia tanpa akhlak justru akan merendahkan dirinya sendiri. Sebab itu, bab akhlak sangat perlu ditekankan untuk siapa saja, supaya manusia tau indahny buah dari cerminan akhlak baik yang telah diperbuat. Kita tidak bisa mempungkiri diri sendiri, bahwasanya kita sangat senang apabila kita melihat seorang manusia yang mempunyai akhlak yang baik. Tanpa kita sadari dari akhlak baik tersebut, bisa menjadikan kita merasakan kenyamanan, kedamaian yang tercipta seketika itu juga.

Dalam unggahan akun @ponpes_assujuudiyah ada beberapa ungkapan kebahagiaan teruntuk para guru yang telah mengajarkan kita untuk menselaraskan antara ilmu dan akhlak.



Gambar 5. Foto Lailatul Ikhtitam Posonan

Seperti halnya syair yang berkenaan dengan mulianya seorang guru. Siapa diriku jikalau tiada bimbingan kalian (guru). Dan bagaimana aku tidak cinta kepada kalian dan bagaimana aku tidak mengingkan bersama kalian.

Sesuai dengan teori yang dituliskan Al-Bayanuni mengenai bentuk-bentuk strategi dakwah yang dapat dilakukan dalam menyampaikan dakwah. Secara garis besar dapat disimpulkan bahwasanya Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak melalui akun Instagramnya @ponpes_assujuudiyyah sudah menerapkan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana dakwah dengan menggunakan strategi *tilawah*. Hal tersebut dapat dilihat dari proses yang telah dilakukan pada akun Instagram @ponpes_assujuudiyyah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan penelitian yang penulis lakukan mengenai dakwah melalui media sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak. Maka berikut penulis akan kemukakan beberapa kesimpulan:

1. Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak merupakan salah satu pondok pesantren yang berada di Kabupaten Demak, Jawa Tengah. Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah mempunyai Balai Latihan Kerja (BLK) yang berfokus pada desain grafis, di mana selain pembelajaran terkait ilmu agama, para santri juga diberikan bekal dalam teknologi terkhusus desain grafis. Keunikan ini lah yang menjadikan Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah bukti bahwasanya perkembangan teknologi pada masa sekarang ini sangat penting untuk diperhatikan. Santri-santri pun dibekali akan hal itu guna dapat memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada, dan supaya dapat mengikuti perkembangan ilmu dan teknologi dari masa ke masa.
2. Dalam strategi pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana dakwah sudah cukup baik. Hal ini juga sesuai menurut Al-Bayanuni dimana dakwah dilakukan dengan mentransfer pesan dakwah dengan lebih banyak melewati indera pendengaran (*al-sam'*) dan indra pengelihatian (*al-abshar*) serta ditambah akal yang sehat (*al-af'idah*). Dan berdasarkan analisis penulis dapat ditarik kesimpulan bahwasanya Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah sudah menjalankan strategi yang baik dalam berdakwah melalui media sosial Instagram dengan mengacu teori tersebut. Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah-pun telah mengetahui apa saja faktor yang menjadi kelebihan dan menjadi kekurangan yang dimiliki Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah.

B. Saran

Adapun saran-saran yang penulis berikan kepada Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak supaya dapat meningkatkan Dakwah Melalui Media

Sosial Instagram Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak, adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk Pengurus Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak

Kepada pengurus Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak untuk memepertahankan dan meningkatkan segala semangat ber-*khidmah* pada ponpes. Terkhusus dalam upaya dakwah media sosial pada masa sekarang ini. Kemudian alangkah baiknya mencari santri yang berminat dalam teknologi, terkhusus desain grafis. Hal ini dilakukan supaya lebih bisa memanfaatkan segala sarana dan prasarana teknologi yang dimiliki pondok. Sekaligus dapat menjadikan *regenerasi* bakal pengurus yang selain pintar mengaji juga dapat menguasai teknologi. Dan yang tak kalah penting, adakan pelatihan rutin untuk para santri dalam belajar teknologi yang terkait desain grafis.

2. Saran untuk Para Santri Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak

Sebagai santri di masa sekarang, selain pintar mengaji, para santri harus juga bisa menggunakan dan memaksimalkan teknologi dalam hal ini yang berkaitan dengan media. Dan sebenarnya di ponpes sudah ada sudah memiliki sarana dan prasarana terkait dengan teknologi tersebut. Alangkah baiknya bisa dimanfaatkan dan dimaksimalkan dengan baik. Hal ini supaya santri dapat mengikuti perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih masa ke masa. Sekaligus dapat membantu ponpes untuk berdakwah melalui media sosial secara maksimal.

C. Penutup

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, Maha yang memberikan perlindungan serta kekuatan, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat serta salam selalu kami sanjungkan kepada junjungan kami, Nabi Muhammad SAW yang menjadi panutan bagi semua umatnya.

Demikian hasil laporan skripsi yang penulis buat, dengan harapan memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis bagi kita semua. Sebagai manusia biasa yang jauh dari kesempurnaan, penulis

menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekeliruan. Oleh sebab itu, besar harapan penulis mendapatkan saran dan kritik yang membangun bagi tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Dari Buku:

- Aziz, Moh. Ali. 2017. *“Ilmu Dakwah”*, Jakarta: Kencana
- Fitrah, Muh. dan Luthfiyah. 2017. *“Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus”*, Sukabumi: CV Jejak.
- Hardani, Hikmatul, Usitiawaty, Jumari, Utami, Evi Fatma, Istiqomah, Ria Rahmatul, dkk. 2020. *“Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif”*, Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu
- Munir Muhammad dan Wahyu Illahi. 2021. *“Manajemen Dakwah”*, Jakarta: Kencana
- Salim, M.Afif, Agus B. Siswanto. 2019. *“Analisis SWOT Dengan Metode Kuisisioner”*, Semarang: CV.Pilar Nusantara.
- Situmorang, Syafizal Helmi. 2010. *“Analisis Data: Untuk Riset Manajemen dan Bisnis”*, Medan: USU Press
- Siyoto, Sandu & Ali Sodik. 2015. *“Dasar Metodologi Penelitian”*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Sugiyono. 2017. *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”*, Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2010. *“Metodologi Penelitian; Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif”*, Bandung: UPB

Sumber dari Jurnal/Skripsi Terdahulu:

- Budio, Sesra. 2019. *“Strategi Manajemen Sekolah”*, Jurnal Menata, Vol. 2 No. 2
- Cahyono, Anang Sugeng. 2017. *“Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia”*, Jurnal Publiciana, Vol. 9 No. 1.
- Fadhil Maulana, 2021 *“Pesan Media Sosial Instagram Akun Ala Santri Dalam Penyebaran Dakwah Bagi Para Milenial”*, Skripsi, Semarang: UIN Walisongo

- Fatmasari, Lutfi, Nurcholis, Ahmad, Santoso, Bobby Rachman. 2021. “*Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama Melalui Instagram @NUONLINE_ID*”, *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 7 No. 1.
- Fatimah, Fajar Nur’aini Dwi. 2016. “*Teknik Analisis SWOT*”, Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Fitriani, Yuni. 2017. “*Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat*”. *Paradigma*, Vol. 19 No. 2.
- Putra, Syahrizal Dwi, Eldiana, Tiara Fanny, Aryani, Diah. 2020. “*Model Pengembangan Aplikasi Mobile E-Dakwah Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Metode Prototyping*”, *Jurnal of Information System, Informatics and Computing*, Vol. 4 No. 1.
- Rochman, Ibnu. 2019. “*Analisis SWOT dalam Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMP Islam Yogyakarta)*”, *Jurnal Keislaman dan Kemasyarakatan*, Vol. 3 No. 1
- Rubawati, Efa. 2018. “*Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*”, *Jurnal Studi Komunikasi*, Vol. 2 No. 1.
- Sadly, Effendi. 2018. “*Manajemen Dakwah Media Sosial: Telaah Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam*”, *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB)*, Vol. 3 No. 2.
- Supriyanto. 2018. “*Konsep Dakwah Efektif*”, *Mawaizh: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, Vol. 9 No. 2.
- Wicaksono, M. Arif. 2017. “*Pengaruh Media Sosial Instagram @wisatadakwahkuro Terhadap Minat Berkunjung Followers*”, *JOM Fisip*, Vol. 4 No. 2
- Zahra, Ulfa Fauzia, Sarbani, Ahmad, Shodiqin, Asep. 2016. “*Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah*”, *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 1 No. 2.

HASIL WAWANCARA

A. *Dzuriyyah* (Keluarga Kyai/*Ndalem*)

1. Bagaimana pandangan terkait kemajuan teknologi sekarang ini?

Perkembangan teknologi sangat mempengaruhi perubahan dunia saat ini. Hal ini dapat kita ketahui dari hal yang sederhana di lingkungan kita. Dulu anak-anak zaman kita lebih senang bermain diluar rumah bersama-sama memainkan macam-macam permainan (tradisional) yang kita semua mungkin pernah memainkan permainan tersebut. Jika dibandingkan dengan sekarang, mayoritas anak-anak sudah aktif dengan *gadget* nya masing-masing. Memang dengan berkembangnya teknologi besar manfaatnya untuk kehidupan. Akan tetapi dibalik itu ada tantangan yang besar pula. Kita menang, dengan artian dapat memanfaatkan teknologi dengan baik sesuai keperluan kita. Atau kita tenggelam akan pesona-pesona tersembunyi dari teknologi yang malah justru membuat diri kita terjebak pada kemalasan. Dibalik kemanfaatan yang besar ada kebijakan yang anda perlukan.

2. Bagaimana pendapat *Njenengan/Anda* terkait dakwah melalui media sosial?

Sangat baik, sebab sekarang ini dakwah nisa lebih mudah dilakukan dan diakses masyarakat. Berbanding dengan zaman dahulu yang dimana ingin ngaji harus ke suatu tempat pengajian terlebih dahulu. Akan tetapi sekarang bisa dilakukan kapan pun itu dan dimana pun itu. Dan itu dilakukan melewati media-media yang ada pada zaman sekarang ini. Pesan-pesan bisa disampaikan dengan mudah. Dan ponpes sebagai salah satu pusat Pendidikan atau mengajarkan kebenaran-kebenaran perlu menyikapi hal tersebut dengan seksama dan betul-betul. Karena hal itu dapat menjadikan potensi yang luar biasa untuk lebih menyiarkan kebenaran pada masyarakat.

3. Apakah ponpes sudah memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah?

Sekarang ini ponpes sendiri sudah memanfaatkan, akan tetapi memang dalam penilaian saya pribadi belum dapat maksimal dalam pemanfaatan hal tersebut. Akan tetapi memang sudah ada, dan itu bagus sekali untuk pondasi kita. Dan besar harapannya untuk dikembangkan lebih baik lagi. Dan tentunya itu membutuhkan sumber daya yang cukup. Baik sumber daya manusia sampai dengan sumber daya teknologi (sarana prasarana) dan sebagainya.

4. Apa keunggulan atau faktor pendukung ponpes dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana berdakwah?

Pertama itu terletak pada santrinya, dimana para santri sebenarnya sudah tidak asing dengan perkembangan teknologi yang ada. Berbeda dengan zaman dahulu 10-15 tahun yang lalu, santri dengan anak sekolah formal terlihat sekali perbedaannya.

Kedua, adanya Balai Latihan Kerja (BLK) yang terfokusnya IT (Ilmu Teknologi) spesifiknya desain grafis. Itu bisa menjadi sumber daya teknologi yang cukup kuat. Selain itu, kita mempunyai jaringan-jaringan yang bisa dirangkul guna membangun dan memperbesar media dakwah ponpes itu sendiri.

5. Apa yang menjadikan hambatan atau faktor penghambat dalam dakwah melalui media sosial?

Sumber daya manusia yang tidak cukup banyak tapi memiliki keinginan yang tinggi. Maka dari itu praktik dan taktisnya harus dijalankan satu persatu projek-projeknya. Karena hal tersebut mengakibatkan upaya untuk membesarkan media menjadi terhambat. Dan ini harus diatur sedemikian rupa mana yang harus diutamakan.

6. Apakah santri sudah diberikan bekal mengenai desain grafis?

Sudah, dan lumayan untuk menjadi modal. Tinggal nanti dikembangkan lagi dengan sumber daya yang ada. Dan saya kira untuk mengikuti perkembangan teknologi yang ada, teman-teman santri bisa

memanfaatkan hal itu. Dan dengan adanya Balai Latihan Kerja (BLK) dapat menjadi jembatan yang baik dalam pengembangan pemanfaatan media sebagai dakwah Islam.

B. Pengurus Ponpes

1. Apa saja media yang sedang dimanfaatkan Pondok Pesantren As-Sujuudiyah Demak?

Ponpes sendiri itu sudah memiliki beberapa media, antara lain Instagram, Facebook, Website dan YouTube. Tetapi memang belum maksimal, dan untuk sekarang ini yang lebih aktif yaitu Instagram. Karena kami rasa Instagram lebih mudah digunakan dengan fitur-fitur yang ada pada Instagram.

2. Bagaimana strategi yang digunakan dalam dakwah melalui media sosial tersebut?

Untuk strategi kami *simple* saja untuk sekarang. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada Instagram kami rasa sudah cukup. Dan pastinya memberikan *caption-caption* yang sesuai dengan konten yang akan kita unggah. Dan untuk saat ini, kami sendiri lebih sering memanfaatkan fitur *story* atau cerita yang ada pada Instagram. Itu sangat mudah dilakukan daripada fitur yang lain. Tapi perlu digaris bawahi, hal ini berlaku untuk saat ini, karena memang terbatasnya sumber daya manusia yang ada. Sekarang juga kami sudah banyak tugas yang harus kami utamakan terlebih dahulu.

3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dakwah melalui media sosial tersebut?

Faktor pendukung yang paling utama itu adanya Balai Latihan Kerja (BLK). Karena itu merupakan aset yang sangat baik bila bisa dikelola dengan baik. Sedangkan faktor yang paling utama yang menghambat kami yaitu kurangnya sumber daya manusia. Kami ingin belajar lebih, kami ingin memaksimalkan lebih aset yang ada mengenai teknologi dimana hal tersebut dapat menge-*push* media sosial kita. Akan tetapi memang terbatasnya sumber daya manusia

mengakibatkan tugas yang menumpuk-numpuk dan terpotongnya waktu yang banyak bagi kami.

4. Bagaimana pengelolaan media sosial Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak?

Untuk pengelolaannya memang masih kurang, akan tetapi niat etiket yang baik itu bagus. Bagaimana pun juga kami ingin mengembangkan media kami. Supaya dapat lebih memanfaatkan media sosial dengan lebih maksimal. Kami juga sedang berfikir mengenai manajemen media sosial ini.

5. Apa saja kendala yang sering dialami dalam pengelolaan media sosial Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak?

Seperti yang saya bilang tadi, kendala utama yaitu terdapat dikami. Yang sekarang belum bisa fokus memanfaatkan, mengembangkan, membesarkan media sosial kami.

6. Menurut *sampean*/Anda strategi yang dilakukan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah sudah baik, atau perlu peningkatan lebih?

Untuk strategi sudah cukup baik ya, karena bagi kami dengan keadaan kami sekarang ini bisa sesekali menyebarkan pesan dakwah melalui media sosial terkhusus Instagram kami rasa sudah cukup baik. Akan tetapi memang perlu banyak berbenah.

C. Santri Pondok

1. Apakah para santri sudah diberikan pelatihan di Balai Latihan Kerja (BLK) yang ada?

Sudah pernah kang, akan tetapi untuk saat ini santri-santri disuruh fokus *ro'an* ngecor bangunan madrasah terlebih dahulu. Tapi kalau pagi sekarang ini juga ada beberapa santri yang ikut pelatihan, khususnya santri yang sudah tidak sekolah lagi.

2. Bagaimana perasaan saat mengikuti pelatihan teknologi khususnya desain grafis yang diadakan oleh pihak ponpes?

Saya sendiri sangat senang kang, karena dari itu saya bisa sedikit mengedit-edit. Walaupun masih sederhana, tapi perasaan saya senang.

3. Apakah pelatihan yang diadakan pihak ponpes sudah maksimal?

Belum kang, karena belum menjadi agenda rutin. Saya juga hanya beberapa kali mengikuti pelatihannya.

4. Tetapi jikalau pelatihan dilakukan secara rutin, apakah tidak mengganggu pengajian ponpes?

Tergantung sih kang, bisa iya bisa tidak. Saya sendiri belum bisa menjamin. Karena saya masih sekolah formal di luar ponpes, mungkin jadi tambah padat kegiatan saya ya kang.

5. Semisal ponpes menjadwalkan rutin pelatihan desain grafis, apakah berminat untuk ikut mengelola media yang dimiliki ponpes?

Kalau ada temennya mau kang. Tapi dulu sempet ada beberapa santri yang ditawarkan untuk fokus ke pelatihan supaya bisa memaksimalkan media. Tapi tidak seperti ini belum jalan lagi.

DOKUMENTASI PENELITIAN

1. Wawancara dengan Gus Mahfudz, Putra ke 7 KH. Munawar Sujud



2. Wawancara dengan pengurus Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak, Kang Ahmad Fikri Haikal & Kang Ulil Absor



3. Wawancara dengan santri Pondok Pesantren As-Sujuudiyyah Demak, Kang Ulin Nuha



4. Gedung Balai Latihan Kerja (BLK)



5. Gedung Santri Putra Pondok Pesantren As-Sujudiyyah Demak (tampak depan)



6. Gedung Santri Putri Pondok Pesantren As-Sujudiyyah Demak



7. Pembangunan Gedung Madrasah Pondok Pesantren As-Sujudiyyah Demak



8. Anak-anak yang mengikuti TPQ Pondok Pesantren As-Sujuudiyah Demak



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Muhammad Rizal Tsani
NIM : 1801036025
Tempat, Tgl Lahir : Demak, 13 Mei 2022
Alamat : Purna Wira Griya 1 D.1 No 09 04/01 Mangunjiwan
Demak
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Status : Bujang
No. Telp/Hp : 081225612845
Email : tsanibgs@gmail.com

Pendidikan Formal

1. TK Pamekar Budi Demak
2. SDN Bintoro 4 Demak
3. SMPN 3 Demak
4. MTs Matholi'ul Huda Kudus
5. MAN Demak
6. UIN Walisongo Semarang

Pendidikan Non Formal

1. Pondok Pesantren Al-Isyqi Singopadon Kudus
2. Pondok Pesantren Sabilurrosyad Kudus
3. Pondok Pesantren As-Sujuudiyah Demak
4. Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Masthuriyah Ngaliyan
5. Pondok Pesantren Lirboyo Cabang VII Demak