

**STRATEGI KOMUNIKASI AKUN INSTAGRAM
@JAMUNA_GIRIKUSUMO DALAM PENYAMPAIAN DAKWAH
DI DEMAK**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Penerbitan Dakwah**

Oleh:

Ernawati

1901026051

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

2024

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI AKUN INSTAGRAM @JAMUNA_GIRIKUSMO DALAM
PENYAMPAIAN DAKWAH DI DEMAK

Disusun Oleh:

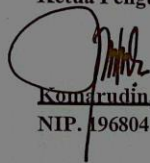
Ernawati

1901026051

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 24 Desember 2024 dan dinyatakan **LULUS** memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



Komarudin, M. Ag.

NIP. 196804132000031001

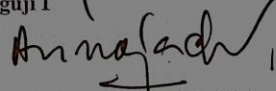
Sekretaris Penguji



Dr. Hj. Siti Solikhah, M.A.

NIP. 196310171991032001

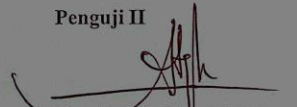
Penguji I



Dr. H. Najahat Mulyafak, M.A.

NIP. 197010201995031001

Penguji II



Dr. Abdul Ghoni, M. Ag.

NIP. 1971083019970310003

Mengetahui,
Pembimbing



Dr. Hj. Siti Solikhah, M.A.

NIP. 196310171991032001

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Prof. Dr. H. Mok Fauzi, M. Ag.

NIP. 199803111998031003

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 1 bendel

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth. Dekan
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

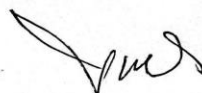
Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Ernawati
NIM : 1901026051
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan/Konsentrasi : Komunikasi dan Penyiaran Islam/Penerbitan Dakwah
Judul : Strategi Komunikasi Akun Instagram
@jamuna_girikusumo Dalam Meningkatkan Eksistensi
Pengajian Jamuna Di Demak

Dengan ini menyatakan telah menyetujui naskah tersebut dan mohon untuk segera diujikan.
Atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 16 Desember 2024
Pembimbing,



Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A.
NIP. 1196310171991032001

PERNYATAAN

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

Semarang, 16 Desember 2024



Ernawati
NIM 1901026051

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji Syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo Dalam Penyampaian dakwah di Demak” yang disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S.1) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, namun berkat keyakinan, kerja keras, dukungan, motivasi, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak menjadikan penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik. Oleh karena itu, secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Moh. Fauzi, M.Ag, dan Komarudin, M.Ag. selaku Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Dr. Asep Dadang Abdulah, M.Ag. dan Abdul Ghoni, M.Ag., selaku Ketua dan sekretaris program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
4. Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A., sebagai dosen pembimbing sekaligus wali studi yang bersedia meluangkan waktu, pikiran dan tenaga dengan penuh kesabaran dan keikhlasan membimbing, mengarahkan, sekaligus memberikan masukan kepada penulis dalam proses bimbingan hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Segenap dosen, pegawai, dan civitas akademika di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmunya sebagai bekal penulis dan telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini.

6. Kedua orang tua, Bapak Sholikin dan Ibu Kusmiati yang senantiasa mendoakan, menasehati, dan memberikan semangat serta dukungan guna menyelesaikan tugas akhir dalam perkuliahan.
7. Adik saya tercinta, Hendrik Setiobudi yang telah memberikan semangat untuk mengerjakan skripsi.
8. Teman baik saya, Didum, Zida, Fera, Saski yang sudah menemani suka duka, dan memberikan semangat dan doa terbaiknya.
9. Teman-teman kelas KPI-B angkatan 2019 yang telah menemani dan terimakasih semangatnya.
10. Seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulian skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan untuk perbaikan dan kemajuan dimasa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Semarang, 16 Desember 2024

Penulis



Ernawati

NIM: 1901026051

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan segenap rasa syukur skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang penulis sayangi dan cintai, yang telah memberikan penulis dukungan dan doa, antara lain:

1. Orang tua penulis yaitu Bapak Sholikin dan Ibu Kusmiati, orang tua yang begitu luar biasa, selalu mendoakan, mendukung, dan berjuang demi memenuhi kebutuhan dan biaya pendidikan penulis sehingga penulis mampu melanjutkan pendidikan dan kehidupan dan pada akhirnya terselesaikannya skripsi ini.
2. Almamater penulis UIN Walisongo Semarang, terkhusus Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

MOTTO

“Sesungguhnya tiada satupun obat yang dapat meredakan pedihnya rasa sakit, kecuali hati yang percaya bahwa apapun yang Allah tetapkan untuknya adalah yang terbaik”

Habib Ali Zaenal Abidin

ABSTRAK

Ernawati (1901026051), Strategi Komunikasi Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dalam Penyampaian dakwah di Demak.

Instagram adalah salah satu media sosial yang dijadikan sebagai sarana dalam berdakwah. Instagram memiliki kelengkapan fitur berupa Instagram Story, *highlight*, posting foto dan video, reels, *live streaming*, kolaborasi, dan fitur menandai. Seiring kemajuan zaman, dakwah pun mengalami perkembangan. Adanya konvergensi dakwah konvensional ke digital. Hal ini dilakukan oleh Pengajian Jamuna. Pengajian Jamuna memanfaatkan Instagram sebagai sarana dalam meningkatkan eksistensinya. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan proses strategi komunikasi akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dalam penyampaian dakwah di Demak. Hingga sekarang pengikut Akun @Jamuna_Girikusumo mencapai 25.3K yang pada awalnya hanya 200 *follower*. Jenis penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menjadi sebuah jenis penelitian yang mana hasil penelitiannya tidak menggunakan prosedur statistik atau bentuk bilangan lainnya. Kekuatan penelitian kualitatif terletak pada deskripsi bukan data dan analisis statistik. Peneliti mendapatkan data melalui dokumentasi atau olah dokumen dari konten-konten yang diunggah baik gambar, video, maupun reels dalam Akun @Jamuna_Girikusumo. Selain itu, peneliti juga mendapatkan data dengan melakukan wawancara secara langsung. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis dari Miles dan Huberman. Langkah-langkah dalam menganalisis data sebagai berikut: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini adalah peneliti menemukan konten-konten dalam Instagram @Jamuna_Girikusumo baik berupa foto maupun video/reels berisi pesan-pesan dakwah. Peneliti menggunakan strategi komunikasi model Onong Uchjana Effendy yaitu, strategi komunikasi berdasarkan kejelasan tujuan, relevansi pesan, kesesuaian saluran, dan efisiensi penggunaan sumber daya. Akun @Jamuna_Girikusumo menerapkan strategi komunikasi tersebut dalam penyampaian dakwah di Demak melalui Instagramnya, saat ini memiliki 25.3K *followers*/pengikut. Peneliti menemukan konten yang ditampilkan dalam Instagram @Jamuna_Girikusumo berisi pesan dakwah dengan topik yang relevan dengan problematika keseharian di masyarakat, seperti bidang ekonomi, pernikahan, spiritual dan pendidikan. Selain itu, admin @Jamuna_Girikusumo juga mengoptimalkan fitur-fitur Instagram dengan memanfaatkan *highlight story*, *feed*, *live streaming*, *reels* dan *collaboration*.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pengajian Jamuna, Instagram

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian.....	9
1. Jenis dan pendekatan penelitian	9
2. Definisi konseptual	10
3. Sumber data.....	11
4. Teknik pengumpulan data	12
5. Teknik analisis data	12
BAB II KERANGKA TEORI	14
A. Strategi Komunikasi	14
1. Pengertian Komunikasi	14
2. Jenis-jenis komunikasi	14
3. Pengertian Strategi Komunikasi	15
4. Komponen dan Indikator Strategi Komunikasi.....	20
B. Instagram.....	24
C. Dakwah	25
BAB III Gambaran Umum Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo.....	26

A. Profil Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo	26
1. Sejarah singkat akun Instagram @Jamuna_Girikusumo	26
2. Tujuan dari akun Instagram @Jamuna_Girikusumo	30
3. Segmentasi konten dari Instagram @Jamuna_Girikusumo	31
B. Strategi Komunikasi Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo	31
1. Strategi Komunikasi Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo Berdasarkan Kejelasan Tujuan	31
2. Strategi Komunikasi Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo Berdasarkan Relevansi Pesan	33
3. Strategi Komunikasi Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo Berdasarkan Kesesuaian Saluran	34
4. Strategi Komunikasi Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo Berdasarkan Efisiensi Penggunaan Sumber Daya	36
 BAB IV Analisis Strategi Komunikasi Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dalam Penyampaian Dakwah di Demak	37
Analisis Strategi Komunikasi Konten Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dalam Penyampaian Dakwah di Demak pada bulan Mei – Juli 2024 berdasarkan konsep Onong Uchjana Effendy	37
BAB V Penutup	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN-LAMPIRAN	64
A. Lampiran 1 Wawancara	64
DOKUMENTASI	73
RIWAYAT HIDUP	75

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial menjadi bagian dari media digital yang sekarang ini memiliki banyak pengguna. Instagram menjadi salah satu media sosial yang masif digunakan saat ini. Berdasarkan data yang diperoleh dari survei Napoleon Cat, jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada Desember 2022 berjumlah 97,17 juta, naik tipis 0,10% dibandingkan bulan sebelumnya mencapai 97,07 juta pengguna (Mustajab, 2023).

Pengguna Instagram yang begitu banyak mempengaruhi cepatnya informasi yang disebarkan melalui *platform* tersebut. Instagram menjadi *platform* alternatif dalam menyebarkan berbagai informasi. Instagram adalah *platform* media sosial populer yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, reels (video pendek) dan video dengan pengikutnya. Instagram digunakan sebagai sarana untuk berbagi pesan, momen, atau hal lainnya.

Bahkan ada beberapa akun Instagram yang secara sengaja dibuat guna mengedukasi, mempromosikan barang dan jasa serta hanya sekedar hiburan semata. Seiring perkembangan zaman, Instagram dijadikan sebagai sarana membangun eksistensi bagi sebuah komunitas, yayasan dan lainnya. Eksistensi adalah sebuah kegiatan yang dilakukan secara personal ataupun tim/keompok yang bertujuan untuk menunjukkan keberadaannya. Eksistensi pun bersifat dinamis dan lentur mengikuti kemampuan aktualialisasi potensi dari orang yang melakukannya.

Suatu instansi atau yayasan mengelola akun Instagram dengan tujuan agar dapat dikenal dan diketahui keberadaannya. Beberapa pondok pesantren dan pengajian tertentu juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana membangun dan meningkatkan eksistensi serta mencapai tujuan tertentu. Banyak dai yang memanfaatkan Instagram sebagai media dakwahnya untuk menyampaikan *amar ma'ruf nahi munkar* (Saputri, 2019).

Pemanfaatan Instagram dalam penyampaian dakwah menjadi salah satu perkembangan teknologi dan komunikasi. Banyak dai yang mengoptimalkan Instagram sebagai wadah dalam berdakwah, atau sekarang sering disebut dengan dakwah digital. Dakwah yaitu kegiatan mengajak kepada kebaikan dan menjauhi segala larangan-Nya yang dilakukan melalui media digital. Konten-konten dakwah yang tersebar di Instagram menjadi salah satu langkah dalam meningkatkan strategi.

Strategi adalah fondasi bagi pencapaian tujuan. Strategi yang baik, organisasi atau seseorang dapat mengalokasikan sumber daya secara efektif, mengantisipasi tantangan, dan meraih kesuksesan. Tanpa strategi yang jelas, Tindakan yang dilakukan cenderung sporadis dan kurang efektif. Memanfaatkan media sosial, salah satunya Instagram menjadi peluang tersendiri bagi para dai guna mencegah penyalahgunaan oleh kelompok yang melakukan kegiatan menyimpang dari ajaran agama. Media sosial sudah menjadi sarana komunikasi yang digunakan oleh jutaan bahkan miliaran masyarakat di seluruh dunia (Wahyuni, 2022).

Selain itu, Instagram juga dijadikan sebagai sarana dalam meningkatkan eksistensi karena beberapa alasan. Hal itu terjadi karena fitur yang ditawarkannya sangat beragam. Fitur yang tersedia di dalam Instagram memudahkan pengguna menyebarkan informasi tertentu baik melalui unggahan foto, video atau bisa saja dengan memanfaatkan fitur siaran langsung (*live streaming*). Banyak dai di Indonesia yang menggunakan Instagram sebagai media *branding* sekaligus berdakwah. Hal tersebut dapat memperluas target atau segmentasi masyarakat. Penggunaan Instagram sebagai media komunikasi atau media dakwah karena saat ini Instagram menjadi platform populer yang digunakan oleh masyarakat. Instagram menjadi alat komunikasi dan media dakwah yang strategis. Fitur lengkap yang ditawarkan olehnya menyebabkan para pengguna lebih mudah dalam mengakses informasi di dalamnya.

Laporan *We Are Social* pada Oktober 2023 sekitar 104,8 juta pengguna Instagram di Indonesia. Indonesia menempati peringkat ke-empat sebagai negara dengan pengguna Instagram terbanyak. Instagram pun menjadi aplikasi media sosial dengan pengguna terbanyak keempat di dunia per-Oktober 2023 versi *We Are Social*, peringkatnya di bawah Facebook, Youtube dan WhatsApp (Katadata.co, 2023). Selain fitur yang lengkap, jangkauan Instagram juga luas sehingga pesan dakwah akan mudah diterima banyak orang dari berbagai daerah.

Beberapa yayasan memanfaatkan Instagram seperti Yayasan Pemuda Peduli (@pemudapeduli.id), Yayasan Batik Indonesia (@ybi.official), Yayasan Greeneration Indonesia (@greeneration), Komunitas Pemuda Lintas Iman/Young Interfaith Peacenews Community (@yipc.center, @yipc.indonesia) dan masih banyak lagi. Setiap instansi atau yayasan memiliki berbagai tujuan dengan menggunakan Instagram sebagai sarana dalam meningkatkan eksistensi atas kehadiran dan keberadaan mereka. Kebebasan dalam menggunakan Instagram memberikan banyak dampak bagi penggunanya, yaitu sebagai media dakwah dan edukasi.

Penyebaran konten-konten berisikan dakwah melalui Instagram menjadi salah satu strategi komunikasi sebuah pondok pesantren atau pengajian di zaman sekarang. Komunikasi adalah perpindahan informasi dari satu komunikator kepada komunikan untuk memperoleh atau mencapai kebersamaan. Kebersamaan berarti kesamaan dalam memahami sebuah pesan yang disampaikan.

Strategi komunikasi yang dimaksud adalah rencana komunikasi yang memungkinkan pesan mudah dipahami dan dipengaruhi oleh komunikan. Strategi komunikasi merupakan gabungan seluruh elemen komunikasi seperti komunikator, pesan, saluran (media), dan pengaruh atau dampak yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi (Cangara, 2013). Berkaitan dengan strategi komunikasi ini, Instagram menjadi salah satu media sosial dapat berperan sebagai media dakwah dan sarana komunikasi.

Saat ini para dai banyak menggunakan Instagram sebagai ruang berdakwah dan menunjukkan eksistensinya, karena lebih efektif serta jangkauannya lebih luas. Selain itu, Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang digunakan oleh banyak orang baik anak-anak, remaja hingga orang dewasa. Instagram sebagai salah satu platform media sosial yang terbesar dan telah mengubah cara kita berkomunikasi dan berinteraksi. Dalam konteks ini, strategi komunikasi berperan penting dalam membangun dan menjaga eksistensi seseorang atau lembaga tertentu.

Penggunaan Instagram membantu dakwah para dai dapat dijangkau audiens lebih luas. Terlebih adanya fitur hashtag, kolaborasi dan juga iklan. Hashtag yang relevan akan membantu konten yang ditemukan oleh pengguna lain tertarik dengan topik yang sama. Hal tersebut juga menyebabkan eksistensi dakwah suatu tokoh agamawan semakin mudah berkembang melalui media digital.

Banyak dai berinovasi dari dakwah konvensional ke dakwah digital. Dakwah digital adalah penyampaian dakwah yang melibatkan media digital. Dakwah digital menjadi salah satu peluang bagi dai dalam menyampaikan pesan-pesan kebaikan dan moralitas tanpa batasan tempat dan waktu (Kasir & Awali, 2024).

Di era kontemporer, dai dituntut agar bisa melakukan pembaruan dalam kegiatan dakwahnya. Salah satunya dengan melibatkan media sosial sebagai sarana menyebarkan nilai-nilai *amar ma'ruf nahi munkar*. Fenomena ini menjadi peluang besar pesan-pesan dakwah dapat mudah diterima lebih banyak orang.

Kita dapat berdakwah melalui media apa saja, yang terpenting esensi dari dakwah dapat diterima oleh masyarakat. Adapun perintah untuk bedakwah tertuang dalam Al-Qur'an Surat Ali-Imran ayat M104 yang berbunyi,

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

Artinya: “Dan hendaklah diantara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang ma'ruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung” (Ali-Imran: 104).

Berdasarkan ayat Al-Qur'an di atas, Allah memberikan perintah kepada kita untuk senantiasa berdakwah. Dakwah bisa dilakukan dengan media apapun, sekarang ini Instagram menjadi media dakwah kontemporer dan banyak diminati selain Youtube. Instagram menjadi media dakwah yang dinilai strategis dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah (Maulan & Choirin, 2021). Terlebih lagi *platform* tersebut memiliki fitur lengkap dan juga jangkauan yang luas.

Pengajian Jamuna di Demak memanfaatkan Instagram sebagai media dakwahnya. Akun @Jamuna_Girikusumo berisikan konten-konten dakwah berupa gambar dan video (*reels*) dakwah dalam meningkatkan eksistensi dari pengajian jamuna di Demak. Kita dapat menemukan banyak akun dakwah selain @Jamuna_Girikusumo. Namun, hal penting yang perlu diperhatikan ketika menerima dakwah dari media sosial yaitu esensi pesan dakwah yang disampaikan harus berisikan nilai-nilai kerukunan dan perdamaian.

Jamuna adalah sebuah majelis ta'lim Jama'ah Muji Nabi yang didirikan pada tahun 1999, kegiatan yang dilakukan yakni pengajian “*maulid dziba*” rutin dilaksanakan setiap malam Jum'at. Majelis ta'lim ini berisikan bacaan puji-pujian kepada Nabi Muhammad SAW. dan mendapatkan inspirasi dari majelis ta'lim yang ada di Solo.

Peneliti memilih akun Instagram @Jamuna_Girikusumo sebagai objek kajian setelah melalui riset kecil dan menemukan konten-konten yang memuat dakwah atau berkenaan dengan *amar ma'ruf nahi munkar* dalam akun Instagramnya yang bertujuan dalam penyampaian dakwah sebagai salah satu wadah dalam penyampaian dakwah sehingga diketahui oleh masyarakat luas. Instagram @jamuna_girikusumo berisi pesan-pesan dakwah. Akun @jamuna_girikusumo dibuat untuk menyebarkan pesan-pesan kebaikan kepada masyarakat (Lutfiah, 2022).

Peneliti memilih akun Instagram @jamuna_girikusumo karena sejak tahun 2016, pengikut (*follower*) akun ini meningkat secara signifikan. Akun Instagram ini secara teratur mengunggah konten berupa gambar atau reels. Akun @jamuna_girikusumo banyak memberikan pesan-pesan dakwah yang bernilai kebaikan dan kedamaian. Tidak hanya Instagram yang dimiliki, media sosial lainnya berupa Facebook dan Youtube. Namun, melalui Instagram lebih banyak interaksi dan menjangkau para pengikut atau jamaah.

Pengikut akun @jamuna_girikusumo dapat saling terhubung dengan melakukan interaksi melalui fitur komentar atau *direct message* (pesan langsung). Bahkan terdapat fitur *live streaming* yang dapat menyiarkan pengajian Jamuna secara langsung kepada pengikutnya. Hal tersebut dapat meningkatkan hubungan yang lebih kuat akun @Jamuna_Girikusumo dengan audiens dan juga jamaah yang mengikuti akun Jamuna.

Penelitian ini memiliki perbedaan orientasi dengan penelitian-penelitian sebelumnya karena mengambil objek kajian akun Instagram @Jamuna-Girikusumo. Hasil penelitian diharapkan bisa dimanfaatkan dalam bidang komunikasi, keagamaan, digital, sosial, serta budaya. Melalui pemaparan di atas, peneliti akan melakukan riset terkait strategi komunikasi pada akun Instagram @Jamuna_Girikusumo.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dalam penyampaian dakwah di Demak?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan problematika yang sudah dipaparkan di atas, tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi oleh akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dalam penyampaian dakwah di Demak. Di era digital saat ini, kita dapat menyebarkan suatu informasi dengan mudah hanya dengan membagikannya melalui media sosial. Media sosial menjadi *platform* digital yang dapat membantu meningkatkan eksistensi sebuah komunitas, yayasan, dan lainnya saat ini, salah satunya yakni Pengajian Jamuna di Demak yang mana memanfaatkan keberadaan Instagram.

Selain tujuan yang ingin dicapai, penelitian diharapkan dapat memberi manfaat, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini berupa:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat guna menguraikan pengetahuan ilmiah dan mampu memperkaya wawasan di bidang kajian komunikasi dan digital serta pengembangan penelitian komunikasi dan penyiaran Islam. Terutama terkait strategi komunikasi media pada sebuah akun Instagram dalam penyampaian dakwah kepada khalayak yang lebih luas.

2. Manfaat Praktis

Selain menambah wawasan, hasil penelitian diharapkan mampu dijadikan rujukan bagi peneliti lain terutama para praktisi komunikasi dan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Penelitian ini juga diharapkan mampu meningkatkan kognisi para pembaca terkhusus tentang strategi komunikasi, sehingga mampu diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

D. Tinjauan Pustaka

Sebelum mengajukan proposal skripsi ini, peneliti telah menelaah beberapa penelitian sebelumnya. Penelitian-penelitian ini serupa dari segi metodologi, analisis, teknik pengumpulan data, dan metode yang dipilih oleh peneliti. Penelitian terdahulu memungkinkan peneliti menemukan hal-hal baru dalam proses penelitian. Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan pedoman atau rujukan bagi peneliti sebagai berikut:

Pertama, penelitian Naldi Vadillah (2021) (Vadillah, 2021), mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar yang bertajuk, *“Strategi Komunikasi Dalam Mensosialisaikan Program Website Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat (Lapor) Di Kota Makassar” (Studi pada Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar)*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Informatika dan Komunikasi Kota Makassar dalam menggerakkan Program Pelayanan Aspirasi dan Pengaduan Kota Makassar (LAPOR) serta menganalisis faktor-faktor pendukung dan penghambatnya. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif melalui metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara terhadap empat informan dan studi kepustakaan. Data dianalisis secara interaktif dan terus menerus hingga tuntas. Hasil penelitian menunjukkan adanya aduan dan laporan yang diterima. Strategi komunikasi yang diterapkan adalah memanfaatkan inovasi terancang di bidang teknologi informasi, termasuk pembuatan pamflet atau video pendek tentang LAPOR. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian selanjutnya mengenai pembahasan

strategi komunikasi dan metode penelitian. Perbedaan terletak pada teori yang dijadikan acuan, objek penelitian dan teknik analisis data yang digunakan.

Kedua, penelitian Tengku Melinda Situmorang (2019) (Situmorang, 2019), mahasiswa UIN Sumatera Utara, dengan tajuk *“Strategi Komunikasi Organisasi Pemerintah Kabupaten Labuhanbatu Utara Dalam Melahirkan Kebijakan Pemberian Beasiswa MoU Bagi Mahasiswa Berprestasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan”*. Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi organisasi Pemerintah Kabupaten Labuhanbatu Utara, peran Pemerintahan Kabupaten Labuhanbatu, dan guna mengetahui hambatan serta solusi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Labuhanbatu Utara. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan mahasiswa berprestasi di kampus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi visi dan program antara Pemkab dan tujuan MoU beasiswa prestasi sejalan dengan hasil di lapangan yang terbukti berperan penting dalam kemajuan pembelajaran bagi semua pelajar di Labuhanbatu Utara. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian berikutnya yakni dari kedekatan pembahasan yang mana sama-sama mengangkat strategi komunikasi, namun berbeda dari segi objek kajian. Perbedaan lainnya terletak pada teori yang dijadikan acuan dalam penelitian.

Ketiga, penelitian oleh Anita Putri Utami (2022) (Utami, 2022), mahasiswa UIN Raden Intan Lampung, berjudul *“Strategi Komunikasi Peratin Pada Masyarakat Dalam Meningkatkan Kesadaran Gotong Royong di Pekon Pagar Dewa Kec. Sukau Kab. Lampung Barat”*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi peratin pada masyarakat untuk meningkatkan kesadaran gotong royong di Pekon Pagar Dewa Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat. Penelitian yang dilakukan berupa penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Peratin Pekon Pagar Dewa untuk meningkatkan kesadaran masyarakat bergotong royong yaitu dengan menggunakan bentuk isi pesan, penerapan lampiran dan deksripsi serta artikel informatif yang disajikan dalam bentuk naratif dan persuasif. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian selanjutnya dari segi kedekatan pembahasan yaitu strategi komunikasi dan metode penelitian serta teknik pengumpulan data. Namun perbedaannya terletak pada objek kajian, analisis data dan teori-teori yang digunakan.

Keempat, penelitian Ade Kartika Putri (2019) (Putri, 2019), mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang mana berjudul, “*Strategi Komunikasi PT. Telkom Witel Bengkulu Dalam Menghadapi Keberadaan Media Online*”. Penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui strategi komunikasi PT. Telkom Witel Bengkulu dalam melayani masyarakat. Metode yang digunakan oleh peneliti yaitu deskriptif kualitatif. Data yang diperlukan untuk penelitian ini diperoleh melalui informasi dari General manager PT. Telkom, layanan pelanggan dan operator. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa teknik yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian, strategi komunikasi PT. Telkom Witel Bengkulu ada lima bagian strategi yang digunakan yaitu penelitian, perancangan (*planning*), implementasi (*implementation*), pengukuran atau evaluasi (*measurement/evaluation*), pelaporan (*reporting*). Kesamaan penelitian ini dan selanjutnya yakni dari kedekatan pembahasan terkait strategi komunikasi dan metode penelitian. Perbedaan terletak pada teori yang menjadi acuan, objek penelitian dan teknik analisis yang digunakan.

Kelima, penelitian Umar Fauzi (2022) (Fauzi, 2022), mahasiswa Universitas Islam Indonesia dengan judul “*Strategi Komunikasi Akun Instagram @Scholarship4us dan @Schohub Dalam Menyebarkan Informasi Beasiswa*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan @Scholarship4us dan @Schohub dalam menyebarkan informasi beasiswa. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara dengan sumber objektif yang didukung data observasi. Hasil yang ditemukan pada penelitian ini yaitu @Scholarship4us dan @Schohub menggunakan strategi komunikasi sebagai berikut: 1) memilih masing-masing penerima beasiswa sebagai komunikator program beasiswa 2) menyusun informasi beasiswa dengan visual yang menarik dan warna yang selaras, 3) memutuskan Instagram sebagai media berbagi. 4) mengidentifikasi mahasiswa dan alumni sebagai audiens informasi beasiswa dan 5) mengukur keberhasilan program untuk memastikan bahwa audiens mengundang orang lain untuk berpartisipasi dalam program. Kebaruan penelitian yang peneliti lakukan dengan berfokus pada penelitian tentang strategi komunikasi di sebuah akun Instagram.

Keenam, penelitian Fatma Lutfiah (2022) (Lutfiah, 2022) mahasiswa UIN Walisongo Semarang berjudul “*Tanggapan Masyarakat Terhadap Pengajian Jamuna di Pondok Pesantren Girikusumo Mranggen Demak*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan masyarakat terhadap keberadaan Jamuna, pelaksanaan

pengajian, Tingkat kualitas pengajian terhadap pengajian dan motivasi masyarakat dalam mengikuti Pengajian Jamuna. Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan dakwah. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menemukan adanya respons positif dari masyarakat.

Kebaruan yang terdapat dalam penelitian ini yakni peneliti akan meneliti terkait strategi komunikasi dalam penyampaian dakwah di Demak dengan memfokuskan pada beberapa frekuensi konten postingan dan beberapa kualitas konten. Selain itu, keunikan dari pengajian jamuna yakni dari kegiatan yang dilakukannya secara rutin setiap Malam Jumat di daerah Girikusumo.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Peneliti menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode yang mendeskripsikan fenomena tertentu di mana dalam penelitian tersebut tidak membutuhkan sebuah angka-angka agar data akurat. Peneliti hanya membutuhkan referensi-referensi teks dan juga menggunakan berbagai dokumen yang berkenaan dengan objek penelitian. Maka dari itu, peneliti mampu mendapatkan informasi secara lebih mendalam.

Penelitian kualitatif menjadi sebuah jenis penelitian yang mana hasil penelitiannya tidak menggunakan prosedur statistik atau bentuk bilangan lainnya (Corbin, 2008). Kekuatan penelitian kualitatif terletak pada deskripsi bukan data dan analisis statistik. Penelitian kualitatif berorientasi (Miller, 1997) pada tahap menggambarkan dan menganalisis proses melalui realitas sosial yang dikonstruksikan, dan hubungan sosial (*social relationship*) dalam interaksi manusia.

Adanya penelitian kualitatif sebagaimana pernyataan Arikunto yakni, penelitian kualitatif tidak dimaksud untuk menguji hipotesis tertentu tetapi hanya menggambarkan apa adanya mengenai suatu variabel, keadaan, gejala, memang ada kalanya dalam penelitian kualitatif tidak dimaksud untuk menguji hipotesis (Beni, 2008). Dalam melakukan analisis data dalam penelitian kualitatif harus dilakukan dengan teliti agar data yang didapatkan mampu dinarasikan dengan baik, dan menghasilkan penelitian yang layak (Jufri, 2020).

Penelitian kualitatif familiar dengan hubungan permasalahan sosial dan manusia yang bersifat interdisipliner, fokus pada multimetode, naturalistik, dan interpretatif (Cresswell, 1994). Pendekatan yang digunakan oleh peneliti yakni deksripsi. Peneliti akan berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan penelitian tersebut secara terstruktur dan sistematis. Maka dari itu, sebelum melakukan olah data, perlu adanya verifikasi data yang diperoleh.

Peneliti akan mengolah data yang diperoleh, kemudian akan disampaikan secara sistematis dan secara deskriptif. Nantinya peneliti akan memfokuskan penelitian terhadap akun Instagram @jamuna_girikusumo sebagai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kiai Munif Zuhri yang dikenal dan berpengaruh bagi masyarakat. Peneliti akan menjelaskan peran akun Instagram @jamuna_girikusumo dalam penyampaian dakwah sehingga memiliki banyak jamaah menggunakan metode kualitatif.

2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah batasan yang menerangkan sebuah konsep secara singkat, lugas, dan jelas pada kajian penelitian. Tujuan dari definisi konseptual penelitian ini adalah untuk memberikan penjelasan tentang konsep peneliti mengenai strategi komunikasi dengan Instagram sebagai saluran komunikasinya dan nantinya dapat dipahami pembaca.

Strategi komunikasi adalah sebuah keputusan (*decision*) untuk mengambil tindakan jangka panjang dengan segala konsekuensinya. Dengan kata lain, strategi juga berarti pemanfaatan sumber daya dan penyebaran informasi yang relatif terbatas, dengan tujuan menjamin penerimaan pesan-pesan yang telah ditentukan oleh masyarakat. Strategi komunikasi adalah suatu cara mengatur pelaksanaan kegiatan komunikasi agar berhasil.

Adapun indikator strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy sebagai berikut: 1) kejelasan tujuan, 2) relevansi pesan, 3) kesesuaian saluran, 4) efisiensi penggunaan sumber daya. Selain itu, ada indikator khusus untuk media sosial yaitu, *engagement* (tingkat interaksi audiens dengan konten baik *like*, *comment* dan *share*), *reach* (jangkauan pesan yang disampaikan), *impressions* (jumlah tayangan konten), dan *click-through rate* (persentase pengguna yang mengklik tautan dalam konten).

Pengajian Jamuna di Demak menjadi salah satu pengajian yang menerapkan strategi komunikasi dalam implementasinya. Pengajian adalah bentuk dakwah

yang mana dari segi metodenya efektif dalam menyebarkan agama Islam, maka dari itu pengajian adalah salah satu metode dakwah. Pengajian adalah salah satu wadah pendidikan keagamaan, tempat dibinanya keyakinan dan akhlak sesuai dengan ajaran agama. Sehingga diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran pada diri mereka guna menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Sebuah aktivitas bisa dikatakan pengajian jika terdiri dari unsur-unsur berikut: a) da'i/orang yang berdakwah atau menyampaikan pesan keagamaan kepada khalayak; b) mad'u/objek pengajian atau bisa dimaknai dengan sasaran dakwah; c) pesan dakwah/materi pengajian; d) media dakwah/media pengajian; e) metode dakwah/metode pengajian. Berdasarkan unsur-unsur tersebut berhubungan erat dengan strategi komunikasi yang nantinya mengarahkan aktivitas pengajian kepada tujuannya. Pengajian Jamuna menggunakan Instagram sebagai media pengajian. Bahkan akun yang dimiliki oleh Pengajian Jamuna sudah mencapai puluhan ribu pengikut.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian terhadap akun Instagram @Jamuna_Girikusumo yang mana fokus pada strategi komunikasi yang digunakannya. Peneliti akan fokus pada konten yang diunggah pada Mei-Juli 2024. Ada beberapa gambar dan reels yang mendapatkan banyak *like* terlebih lagi pada konten yang menggunakan #DAWUHKYAI pada periode tersebut dijangkau oleh banyak pengguna Instagram. Peneliti akan fokus pada pembahasan mengenai strategi komunikasi akun @Jamuna_Girikusumo terhadap eksistensi Pengajian Jamuna di Demak. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif Miles dan Huberman.

3. Sumber dan Jenis Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari sumber data pertama atau objek penelitian, yakni data pokok atau data utama. Dalam penelitian ini yang tergolong dalam data primer yaitu akun Instagram @Jamuna_Girikusumo. Peneliti menyoroti tim media akun Instagram @Jamuna_Girikusumo agar Pengajian Jamuna eksis di masyarakat. Sumber data dapat diakses oleh peneliti melalui hasil observasi pada akun Instagram @Jamuna_Girikusumo. Peneliti juga melakukan wawancara secara langsung terhadap admin akun tersebut dan juga dari pengikutnya, serta jamaah Pengajian Jamuna.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan penelitian adalah memperoleh data. Pada penelitian, tahapan ini menjadi hal yang sangat penting yang berguna untuk mendapatkan data (Arikunto, 2006).

Peneliti mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dengan cara sebagai berikut:

1. Dokumentasi

Dalam proses pengumpulan ini, peneliti akan mengolah dokumen atau data dari konten-konten yang diunggah baik gambar, maupun reels dalam akun @Jamuna_Girikusumo tentang bagaimana strategi komunikasi yang diimplementasikannya. Pengumpulan data juga diperhatikan dari frekuensi unggahan konten-konten dan pesan yang disampaikan.

2. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan admin atau pihak pesantren Girikusumo terkait konten-konten yang diunggah sehingga peneliti akan memahami bagaimana strategi komunikasi yang ditunjukkan. Wawancara yang akan dilakukan yakni secara terstruktur. Peneliti akan melakukan wawancara kepada admin akun @Jamuna_girikusumo dan juga pengikut akun Instagram tersebut, serta jamaah pengajian jamuna. Adapun pertanyaan-pertanyaan dalam wawancara berkaitan dengan tujuan dibuatnya akun @Jamuna_girikusumo, lalu segmentasi pasarnya mencakup siapa saja, dan hal-hal yang berkenaan dengan strategi komunikasi.

5. Teknik Analisis Data

Peneliti akan menganalisis strategi komunikasi di dalam akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dalam penyampaian dakwah di Demak. Peneliti memilih menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman dalam penelitian ini. Pada proses analisis data kualitatif, data yang muncul berupa kata-kata dan bukan rangkaian angka. Pelaksanaan analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan suatu proses di mana informasi yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi dicari dan disusun secara sistematis.

Dalam menentukan kebermanfaatan data atau informasi ini diperlukan pemahaman mendalam, kecerdasan, kreativitas, kepekaan konseptual, pengalaman dan *expertise* peneliti. Hal-hal tersebut menjadi tolak ukur kualitas hasil analisis data kualitatif (Miles dan Huberman, 2014). Data kualitatif merupakan sumber gambaran yang luas dan padat, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi di lapangan. Berdasarkan data kualitatif, kita dapat mengamati dan memahami jalannya peristiwa secara kronologis, menilai sebab-akibat dalam lingkup pikiran masyarakat dan memperoleh banyak penjelasan yang bermanfaat. Data kualitatif lebih condong dapat membimbing kita untuk mendapatkan penemuan yang tidak diduga sebelumnya dan membentuk kerangka teori baru; data ini membantu para peneliti mampu melangkah lebih maju dari asumsi dan kerangka kerja awal (Silalahi, 2012).

Adapun beberapa tahapan analisis menurut Miles dan Huberman, sebagai berikut:

a. Reduksi data

Peneliti sudah tentu akan banyak mendapatkan data dari hasil data yang dikumpulkan. Dalam tahapan ini, peneliti akan mereduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal pokok, dan juga memfokuskan poin-poin penting yang sesuai dengan data yang dibutuhkan. Reduksi data dilakukan pada saat peneliti mendapatkan data dari admin akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dan pengikut akun tersebut, serta dari jamaah Pengajian Jamuna. Peneliti akan menyederhanakan data-data dengan mengambil data pokok yang mendukung dalam pembahasan penelitian ini.

b. Penyajian data

Dalam tahapan penyajian data, data yang disajikan biasanya dengan teks yang bersifat naratif. Selanjutnya akan dilakukan *display data*, selain teks yang naratif juga dapat disajikan berupa matrik, grafik, *chart* dan lainnya.

c. Penarikan kesimpulan

Proses penarikan kesimpulan dilakukan oleh peneliti setelah menyelesaikan tahapan-tahapan sebelumnya. Namun sebelum menetapkan data akhir, peneliti juga akan melakukan verifikasi data. Maka dari itu, peneliti akan melakukan *crosscheck* sebelum menarik kesimpulan akhir.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Everett M. Rogers). Komunikasi sebagai instrumen dari interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi setiap orang lain, juga untuk mengetahui keberadaan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat (David K. Berlo).

Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator (Raymond S. Ross). Komunikasi bisa dikatakan sebagai proses interaksi sosial yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk saling bertukar informasi. Komunikasi menjadi suatu proses simbolik di mana orang ingin mengendalikan lingkungannya dengan menciptakan hubungan antar sesama.

2. Jenis - Jenis Komunikasi

Pada dasarnya ada dua jenis komunikasi yang sering digunakan, yaitu komunikasi verbal dan nonverbal:

a) Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah sebuah proses komunikasi yang prosesnya disampaikan dengan menggunakan lambang bahasa, mencakup lisan dan tulisan. Bahasa adalah lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi, karena bahasa selain dapat mewakili kenyataan-kenyataan konkret/obyektif dalam dunia sekeliling, juga dapat mewakili hal-hal yang abstrak.

b) Komunikasi Non-Verbal

Komunikasi non-verbal adalah sebuah proses komunikasi yang mana proses penyampaian tidak menggunakan kata - kata, melainkan menggunakan bahasa tubuh, gerak isyarat, ekspresi muka, kontak mata (Kusumawati, 2016).

3. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi berarti suatu keputusan untuk mengambil tindakan jangka panjang dengan segala konsekuensinya. Dengan kata lain, strategi juga berarti pemanfaatan sumber daya dan memperluas informasi yang relatif terbatas untuk mempersiapkan kemungkinan penyadapan oleh pesaing (Jaelani, 1997). Faktanya, keberhasilan komunikasi yang efektif sangat bergantung pada penentuan strategi komunikasi. Strategi menjadi sebuah rencana yang sistematis untuk mencapai tujuan tertentu.

Komunikasi perlu menentukan langkah-langkah strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan efektif. Adapun langkah-langkah strategi komunikasi sebagai berikut (Hanif dkk, 2022):

- a. Mengenal khalayak, guna mencapai komunikasi yang efektif, maka komunikator harus menciptakan kesamaan kepentingan dengan khalayak dalam pesan, metode, dan media. Komunikator juga harus memahami pola pikir (*frame of reference*) dan pengalaman lapangan (*field experience*) khalayak secara tepat.
- b. Menentukan tujuan, pertama memberikan informasi sesuai yang diperlukan oleh masyarakat, masyarakat cenderung lebih senang atau *respect* terhadap informasi yang dibutuhkan oleh mereka. Kedua, menolong orang lain dengan cara menasehati untuk mencapai suatu tujuan. Ketiga, menyelesaikan masalah dan membuat keputusan. Keempat, mengevaluasi perilaku secara efektif.
- c. Menyusun pesan, disampaikan secara menarik dan pesan harus sesuai dengan segmentasi agar tepat sasaran. Selain itu, pesan juga harus menampilkan kebutuhan pribadi khalayak dengan menyarankan kebutuhan tersebut.
- d. Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan. Selain konsistensi isi pesan yang selaras dengan situasi dan kondisi khalayak, metode komunikasi juga memengaruhi komunikator dalam mengirimkan pesan kepada komunikan agar terciptanya komunikasi yang efektif. Pemilihan media menjadi peranan penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif.

Strategi komunikasi adalah sebuah keputusan (*decision*) untuk mengambil tindakan jangka panjang dengan segala konsekuensinya. Dengan kata lain, strategi juga berarti pemanfaatan sumber daya dan penyebaran informasi yang relatif terbatas, dengan tujuan menjamin penerimaan pesan-pesan yang telah ditentukan oleh masyarakat. Strategi komunikasi adalah suatu cara mengatur pelaksanaan kegiatan komunikasi agar berhasil.

Adapun indikator strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy sebagai berikut: 1) kejelasan tujuan, 2) relevansi pesan, 3) kesesuaian saluran, 4) efisiensi penggunaan sumber daya. Selain itu, ada indikator khusus untuk media sosial yaitu, *engagement* (tingkat interaksi audiens dengan konten baik *like*, *comment* dan *share*), *reach* (jangkauan pesan yang disampaikan), *impressions* (jumlah tayangan konten), dan *click-through rate* (persentase pengguna yang mengklik tautan dalam konten).

Strategi dapat menciptakan informasi yang konsisten dan diterapkan berdasarkan pemilihan atau keputusan salah satu dari berbagai pilihan informasi. Strategi juga berkaitan erat dengan komunikasi. Komunikasi adalah sebuah interaksi antara komunikan dan komunikator yang saling bertukar pesan. Komunikasi menjadi suatu proses simbolik di mana orang ingin mengendalikan lingkungannya dengan menciptakan hubungan antar sesama melalui komunikasi yang memperkuat sikap dan perilaku. Perkembangan komunikasi mengalami perkembangan begitu pesat (Mardiyanto, 2019). Terlebih lagi kecanggihan komunikasi juga tidak terlepas dengan kemajuan teknologi. Dewasa ini, kita tidak akan terlepas dengan alat komunikasi.

Manusia yang merupakan makhluk sosial sudah tentu komunikasi menjadi salah satu kegiatan pasti dilakukan oleh kita. Tujuan dari komunikasi yakni agar informasi yang diinginkan dapat disalurkan kepada komunikan. Komunikasi adalah pernyataan antar manusia baik dua orang atau lebih berisi tentang pikiran dan perasaan dengan menggunakan bahasa di dalamnya terdapat pesan, orang yang menyampaikan pesan (Effendi, 2009).

Komunikasi sebagai suatu aktivitas sosial telah menjadi bagian diri dari manusia. Artinya selalu berusaha membangun hubungan dengan orang lain. Hal ini dilakukan guna menghilangkan keterasingan mereka, juga keinginan mengetahui sesuatu yang terjadi di luar dirinya. Komunikasi menjadi jembatan

yang menghubungkan kebutuhan individu dan masyarakat di sekitarnya (Cangara, 2017).

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di pihak lain, jika tidak ada strategi komunikasi yang baik efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif. Untuk menilai proses komunikasi dapat ditelaah dengan menggunakan model-model komunikasi. Dalam proses kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung atau sudah selesai prosesnya, untuk menilai keberhasilan proses komunikasi tersebut (terutama efek dari proses komunikasi).

Dalam buku berjudul *Dimensi-Dimensi Komunikasi* menyatakan bahwa "...strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen (communications management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi "(Effendy, 1981).

Selanjutnya menurut Onong Uchjana Effendy, strategi komunikasi terdiri dari dua aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik, yaitu strategi yang dimaknai secara makro (Planned multimedia strategy) dan secara mikro (sinale communication medium strategy). Telaah ini sangat penting untuk memberikan makna yang lengkap dalam sebuah strategi komunikasi secara praktis nantinya.

Selanjutnya, dari kedua aspek tersebut memiliki fungsi ganda, yaitu 1) menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis pada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal; 2) menjembatani cultural gap, misalnya suatu program yang berasal dari suatu produk kebudayaan lain dianggap baik untuk diterapkan dan dijadikan milik kebudayaan sendiri sangat tergantung dari bagaimana strategi mengemas informasi tersebut dalam komunikasinya (1981 : 67). Dari pendapat tersebut terlihat bahwa makna strategi komunikasi lebih cenderung mengarah pada upaya mengemas pesan untuk dapat dikomunikasikan secara efektif.

Kita tentu akan berkomunikasi baik secara verbal maupun non-verbal dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi merupakan alat untuk bersosialisasi. Selain itu

juga bisa dilakukan dengan gerakan-gerakan badan untuk menunjukkan sikap tertentu, seperti menggelengkan kepala, tersenyum, dan mengangkat bahu. Hal tersebut disebut dengan komunikasi non-verbal (Kumala, 2009).

Harold D Laswell menyampaikan bahwa unsur-unsur komunikasi saling bergantung satu sama lainnya (Mulyana, 2007), yaitu 1) Sumber (*source*) disebut juga dengan pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*), dan organitator, 2) Pesan, 3) Saluran atau media, yaitu alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada komunikannya, 4) Penerima (*receiver*), 5) Efek (*effect*).

Strategi komunikasi adalah suatu rencana atau proses untuk mengelola proses komunikasi mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi hingga mencapai tujuan tertentu. Strategi komunikasi adalah tentang memastikan pesan dikomunikasikan dan diterima dengan jelas.

Strategi komunikasi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan rencana, metode, atau teknik yang digunakan untuk mencapai komunikasi dengan menghadirkan pengirim, pesan dan penerima dengan cara yang tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Arni, 2004). Sedangkan dalam definisi yang lain, strategi komunikasi adalah kombinasi optimal dari seluruh elemen komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, komunikan, dan pemberi pengaruh yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Peneliti akan memfokuskan strategi komunikasi dengan memfokuskan penelitian pada beberapa konten gambar dan reels yang berisikan pesan dakwah Kiai Munif Zuhri sebagai fokus penelitian. Selain itu, peneliti akan melakukan wawancara ke beberapa jamaah dan pengikut akun Instagram @jamuna_girikusumo untuk memperoleh data penelitian. Hal tersebut untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh Pengajian Jamuna dari Kiai Munif Zuhri bagi masyarakat.

Adapun tahapan-tahapan strategi komunikasi meliputi 5 tahap, yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan (Cangara, 2013). Tahapan-tahapannya sebagai berikut: 1) Penelitian, sebuah Lembaga atau organisasi membutuhkan tenaga spesialis yang berguna untuk menangani masalah-masalah komunikasi seperti keperluan untuk menciptakan respons positif kegiatan. Dalam tahapan ini berfungsi untuk memahami problematika yang dihadapi sebuah lembaga, 2) Perencanaan, proses ini terdiri dari

perencanaan tindakan masa depan untuk menetapkan tujuan strategis dan merancang strategi untuk mencapainya, 3) Implementasi, yaitu dibuatnya tindakan-tindakan yang dilakukan untuk melaksanakan rencana strategis, 4) Evaluasi, dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari pekerjaan yang dilakukan pada tahap ini, 5) Pelaporan, tindakan akhir dari kegiatan strategi komunikasi yang telah dilaksanakan (Bambang, 2005).

Selain itu, terdapat beberapa teknik dalam strategi komunikasi yaitu 1) *repetition*, suatu cara untuk mempengaruhi khalayak dengan cara mengulangi informasi kepada mereka, 2) *canalizing*, memahami dan mempelajari pengaruh seseorang atau kelompok terhadap khalayak, 3) informatif, mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penjelasan, 4) persuasif, mempengaruhi dengan membujuk, 5) edukatif, mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum (Arifin, 1994).

Membahas strategi komunikasi tidak akan terlepas dengan hal-hal yang melingkupinya. Strategi komunikasi erat kaitannya dengan tujuan yang ingin dicapai seseorang, dengan mempertimbangkan hambatan-hambatan serta perencanaan untuk mencapai hasil berdasarkan tujuan yang ingin dicapai. Menurut Kulvisaechana (2001), strategi komunikasi melibatkan penggunaan kombinasi elemen komunikasi termasuk frekuensi komunikasi, format komunikasi, konten komunikasi, dan saluran komunikasi.

Strategi komunikasi juga melibatkan media tertentu dalam mencapai tujuan. Strategi komunikasi media adalah sebagai perencanaan dan implementasi penggunaan media yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan komunikasi yang spesifik. Hal ini melibatkan pemilihan media yang tepat, pengembangan konten yang relevan, dan pengaturan waktu serta frekuensi penyampaian pesan untuk menjangkau target audiens dan memaksimalkan dampak pesan. Strategi ini didasari oleh berbagai teori komunikasi yang menjelaskan proses media bekerja dan proses audiens berinteraksi dengan media. Proses ini meliputi:

- a) **Pemilihan media:** Menentukan platform media yang paling tepat untuk menjangkau target audiens (misalnya, media sosial, media cetak, televisi, radio, website, blog, podcast, dll) (Katz: 1974).
- b) **Pengembangan konten:** Menciptakan pesan yang relevan, menarik, dan disesuaikan dengan karakteristik masing-masing media (Kotler, 2016).

- c) **Penjadwalan dan frekuensi:** Menentukan waktu dan frekuensi pesan akan disebarakan melalui media yang dipilih.
- d) **Interaksi dan keterlibatan:** Merencanakan proses berinteraksi dengan audiens di media, termasuk menanggapi komentar, pertanyaan, dan umpan balik (De Mooij, 2010).
- e) **Pengukuran dan Evaluasi:** Memantau efektivitas strategi media dan melakukan jika diperlukan (Pickton, D, 2005).

Jadi, strategi komunikasi media merupakan proses yang kompleks dan multidimensional yang melibatkan pemilihan, penggunaan, dan pengelolaan media secara strategis untuk mencapai tujuan komunikasi. Media membantu organisasi atau lembaga tertentu dalam menyampaikan pesan/informasi. Sehingga informasi mudah ditemukan oleh audiens karena mudah dijangkau. Sedangkan saat ini, media sosial menjadi salah satu saluran komunikasi dan menjadi bagian dari strategi komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu.

Media sosial yang santer digunakan sebagai saluran komunikasi dalam strategi komunikasi adalah Instagram. Instagram adalah produk media digital dalam era modern yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat. Instagram dapat membantu menyebarkan informasi secara efektif dan efisien. Seperti halnya pemanfaatan Instagram dalam berdakwah yang dilakukan oleh para dai milenial.

4. Komponen dan Indikator Strategi Komunikasi

Keberhasilan strategi komunikasi tentunya tidak bisa begitu saja diperoleh tanpa menganalisis keunggulan-keunggulan dan kesiapan semua komponen yang terlibat di dalamnya. Agar dalam menerapkan suatu strategi komunikasi ini berhasil maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut (Purba, 2023).

Dalam perkembangannya komponen strategi komunikasi selain yang diadopsi dari Harold Lasswell juga ditambahkan dengan hasil kajian dari setting komunikasi, yaitu sebagai berikut:

- a) Lingkungan komunikasi.
- b) Aturan dan tata organisasi.
- c) Visi-misi, tujuan, dan sasaran organisasi.
- d) Tujuan, sasaran, dan target komunikasi.

- e) Program kerja dan kegiatan organisasi.
- f) Bentuk dan model kepemimpinan yang diterapkan.
- g) Prosedur dan kebijakan yang dimiliki.
- h) Infrastruktur komunikasi.
- i) Pembiayaan komunikasi.
- j) Pemberdayaan SDM komunikasi.
- k) Dampak praktik komunikasi organisasi yang diterapkan.
- l) Pengembangan hasil praktik strategi komunikasi.
- m) Penyebarluasan hasil praktik strategi komunikasi.

Mengingat strategi dan pentingnya dari sejumlah komponen strategi komunikasi ini maka setiap pengguna strategi komunikasi ini dituntut untuk mampu menerapkan program kerja dengan baik. Berikut adalah sejumlah indikator dari komponen strategi komunikasi yang dapat diaplikasikan dalam sebuah setting komunikasi tentang bagaimana sebuah organisasi dapat dijalankan dengan efektif dan efisien.

a) Who? (Siapakah komunikatornya).

Seperti dijelaskan oleh Jalaluddin Rahmat bahwa efektivitas komunikator dipengaruhi oleh tiga faktor, yakni kredibilitas, atraksi, dan kekuasaan. Kredibilitas merupakan citra yang dimiliki oleh seorang komunikator. Atraksi merupakan daya tarik yang bisa menjadikan seorang komunikator menarik, dan karena menarik ia memiliki daya persuasif. Dan nilai jual kekuasaan menjadi komoditi kampanye.

Sejumlah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup:

1. Kepercayaan diri
2. Kredibilitas
3. Terbuka
4. Jujur
5. Disiplin
6. Berkelingan keras
7. Penuh perhitungan logika dan rasional
8. Selalu mawas diri

b) Says what? (pesan apa yang dinyatakannya).

Antar Venus dalam bukunya yang berjudul Manajemen Kampanye mengatakan bahwa kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan-pesan dari pengirim kepada khalayak. Seperti telah dipaparkan dalam bab sebelumnya, Jalaluddin Rakhmat mengatakan bahwa ada tiga hal pokok yang berkaitan dengan isi pesan, yaitu organisasi pesan, struktur pesan, dan imbauan pesan (Rakhmat, 2004: 295).

Indikator yang termasuk dalam komponen strategi komunikasi mencakup:

1. Benar
2. Autentik
3. Rasional
4. Terukur
5. Banyak
6. Valid
7. Reliable
8. Cepat
9. Jelas sumbernya
10. Selalu menjadi pemer kaya pesan lainnya

c) In which channel? (media apa yang digunakannya).

Pembahasan tentang media yang digunakan oleh Tim Kampanye Gabungan SBY-JK Kota Surakarta telah penulis paparkan dalam halaman sebelumnya. Oleh karena itu, penulis tidak akan membahas lagi mengenai media yang digunakan oleh Tim Kampanye Gabungan SBY-JK Kota Surakarta. Indikator dai komponen ini mencakup:

1. Elektronik
2. Cetak
3. Grafis gambar
4. Infografis
5. Visual diam
6. Visual gerak
7. Audio
8. Audio visual

d) To whom? (siapa komunikannya).

McQuail dan Windahl mendefinisikan komunikan atau khalayak sebagai sejumlah besar orang yang pengetahuan, sikap, dan perilakunya

akan diubah melalui kegiatan kampanye (Venus, 2004: 72). Karakteristik media sebenarnya telah mengganbarkan khalayak yang akan menjadi target sasarannya. Indikator yang termasuk dalam komponen strategi komunikasi mencakup:

1. Personal
2. Kelompok terbatas
3. Masyarakat luas
4. Lawan tujuan
5. Pertemanan dalam satu tujuan
6. Anggota baru
7. Bukan anggota organisasi
8. Anggota lama
9. Orang yang membutuhkan laporan
10. Orang yang memerlukan laporan

e) With what effect? (efek apa yang diharapkan).

Secara umum efek yang diharapkan dari kegiatan kampanye adalah sebuah tindakan politik yang berupa pemberian suara kepada kandidat tertentu. Namun, pada dasarnya setiap media mampu untuk menghadirkan efek-efek tersendiri. Hal ini tentu saja tidak bisa dilepaskan dengan karakteristik dari tiap-tiap media tersebut. Indikator yang termasuk dalam komponen strategi komunikasi mencakup:

1. Pemahaman pesan oleh komunikasi
2. Kerjasama dalam memahami pesan
3. Terjalin pemahaman bersama
4. Terjadinya perbedaan persepsi
5. Ingin menunjukan arah dan pesan
6. Memberikan perbandingan yang dimaksud
7. Bertambahnya persepsi yang sesuai
8. Bertambahnya persepsi yang bertentangan
9. Saling memperkaya pemahaman pesan
10. Berorientasi pada capaian tujuan bersama dengan pesan yang sama
11. Berorientasi pada capaian tujuan yang sama dengan pesan yang berbeda

B. Instagram

Instagram adalah jejaring sosial yang berfokus pada foto dan video. Instagram berada di bawah domain Facebook dan pengguna dapat menghubungkan akun mereka dengan teman-teman. Perkembangan Instagram begitu pesat, terlebih lagi sekarang ini Instagram juga memiliki fitur-fitur yang selalu *update*. Instagram dan Facebook merupakan produk media sosial yang dikeluarkan oleh Mark Zuckerberg melalui perusahaan Meta. Instagram saat ini tidak hanya sebagai tempat hiburan, melainkan juga sebagai sebuah media eksistensi, dakwah dan juga edukasi.

Fitur-fitur yang tersedia di Instagram sebagai berikut, 1) *Follower*, Instagram memiliki system di mana ada pengikut dan yang diikuti. Kini, ketika dua orang saling mengikuti, mereka dapat berinteraksi dengan saling mengirim pesan, melihat konten yang dibagikan oleh pengikut dan banyak lagi 2) Upload foto/video, melalui Instagram kita dapat mengunggah foto dan video untuk dibagikan dan dilihat oleh orang lain, 3) Instagram Stories, fitur Instagram yang satu ini berguna untuk membagikan cerita yang terlihat selama 1x24 jam di halaman utama Instagram paling atas dengan logo bulat berjejer, 4) *Live Instagram*, fitur *streaming* video langsung menyesuaikan dengan Tindakan yang dilakukan pengguna saat itu dan dapat disaksikan oleh pengikut. *Live Instagram* juga dapat melakukan siaran langsung dengan temannya baik seorang maupun 2 orang (Hadini, 2020), 5) Tanda suka, merupakan sebuah fitur pada Instagram yang memungkinkan pengguna untuk mengapresiasi foto dan video disebarkan pengguna lain dan kemudian akan diketahui oleh akun yang membagikan foto atau video tersebut, 6) Kolom komentar, pada fitur ini orang lain bebas memberikan komentar pada setiap postingan yang diunggah, 7) *Reels*, fitur baru ini berupa video pendek yang bisa diunggah di Instagram dan tentunya berbeda dengan dengan fitur upload video.

Berdasarkan fitur-fitur yang sudah dijelaskan di atas, fungsi Instagram saat ini bisa menjadi sebuah media untuk berdakwah. Salah satu Instagram yang berisikan konten-konten dakwah adalah @Jamuna_Girikusumo. Akun tersebut merupakan sebuah akun yang dikelola oleh Jamaah Muji Nabi yang dikelola langsung olehnya. Majelis tersebut dilakukan dengan melaksanakan kegiatan dziba' dan juga mengaji kitab Minhajul Abidin. Akun tersebut menjadi sarana dakwah oleh jamaah majelis tersebut. Maka dari itu, konten-konten yang sudah diunggah pun memiliki kekhasan.

C. Dakwah

Secara etimologi (bahasa), dakwah berasal dari bahasa Arab *da'a - yad'u - da'watan* yang berarti panggilan, seruan, ajakan, atau undangan (Munir, 2006). Secara terminologi (istilah), dakwah memiliki beberapa definisi yang saling melengkapi:

- Secara umum: Dakwah adalah kegiatan menyeru, mengajak, dan memanggil manusia untuk beriman dan taat kepada Allah SWT sesuai dengan akidah, akhlak, dan syariat Islam secara sadar dan terencana dengan tujuan mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.
- **Muhammad Natsir (2000):** Dakwah merupakan usaha untuk menyerukan serta menyampaikan pada perorangan manusia serta seluruh umat mengenai pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia.
- **Quraish Shihab:** Dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada keinsafan atau usaha mengubah situasi menjadi lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat.

Kemudian dakwah juga memiliki beberapa unsur di dalamnya, berikut unsur-unsur dakwah (Hafidhuddin, 2000):

- a) **Da'i (Subjek Dakwah):** Orang yang melaksanakan dakwah (juru dakwah/pendakwah). Syarat seorang da'i antara lain memiliki ilmu yang memadai, akhlak yang baik, dan ikhlas dalam berdakwah.
- b) **Mad'u (Objek Dakwah):** Orang atau kelompok yang menjadi sasaran dakwah (penerima dakwah). Mad'u bisa beragam, mulai dari individu hingga masyarakat luas, Muslim maupun non-Muslim.
- c) **Materi Dakwah (Maudhu' Dakwah):** Pesan atau ajaran yang disampaikan dalam dakwah. Materi dakwah bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah, mencakup akidah, ibadah, akhlak, dan muamalah.
- d) **Metode Dakwah (Thariqah Dakwah):** Cara atau teknik yang digunakan dalam menyampaikan dakwah. Metode dakwah harus disesuaikan dengan kondisi mad'u dan perkembangan zaman.
- e) **Media Dakwah (Wasail Dakwah):** Sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan dakwah. Media dakwah bisa berupa lisan (ceramah, khutbah), tulisan (buku, artikel), audio-visual (film, video), dan media sosial.

Dakwah memiliki beberapa metode yang biasa dilakukan oleh para dai, sehingga pesan dakwah dapat diterima oleh mad'u. metode menjadi suatu metode pengajaran Islam yang memiliki sifat terbuka dan untuk kalangan umum yang mana banyak jama'ah menghadiri diikuti dengan segala macam usia, jenis kelamin, hingga latar belakang pengetahuan. Adapun metode-metode dakwah, yaitu:

1. **Bil Hikmah (Dengan Bijaksana):** Menyampaikan dakwah dengan perkataan dan perbuatan yang bijak, santun, dan tidak menyakiti.
2. **Mau'izah Hasanah (Nasihat yang Baik):** Memberikan nasihat dengan cara yang baik, menyentuh hati, dan memberikan motivasi.
3. **Mujadalah Bil Ahsan (Berdiskusi dengan Cara yang Baik):** Berdiskusi atau berdialog dengan cara yang santun dan argumentatif, menghindari perdebatan.

Selain itu, metode dakwah juga dapat diklasifikasikan berdasarkan media yang digunakan:

- **Dakwah Bil Lisan (Dakwah dengan Lisan):** Ceramah, khutbah, kuliah, diskusi, dialog, dan sebagainya.
- **Dakwah Bil Kitabah (Dakwah dengan Tulisan):** Buku, artikel, majalah, koran, media sosial, dan sebagainya.
- **Dakwah Bil Hal (Dakwah dengan Perbuatan):** Memberikan contoh dan teladan yang baik dalam kehidupan sehari-hari.
- **Dakwah Bil Media (Dakwah dengan Media):** Menggunakan berbagai media modern seperti radio, televisi, film, video, internet, dan media sosial.

BAB III

GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM @JAMUNA_GIRIKUSUMO

A. Profil Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo

1. Sejarah Singkat Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo

Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo menjadi sarana dakwah melalui media sosial berupa Pengajian Jamuna Girikusumo yang ada di Demak. Pengajian Jama'ah Muji Nabi (Jamuna) berdiri sejak tahun 1990, dilaksanakan setiap malam Jumat yang awal pengajian ini hanya sebatas pembacaan dziba' dan diikuti keluarga ndalem (kiai, istri dan anak-anaknya) dan santri-santriwati.

Awal mula pengajian ini tidak ada ciri khas penyebutan nama pengajian. Lalu K.H. Munif Muhammad Zuhri membuat kalender memberi nama pengajian ini dengan Pengajian Jamuna karena pengajian yang dilaksanakan dengan membaca puji-pujian untuk Nabi Muhammad SAW. Pengajian Jamuna berdiri karena terinspirasi dari pengajian yang ada di Solo, pada saat itu K.H. Mufnif Zuhri mengikuti pengajian yang disebut Pengajian Jumaro (Jamaah Muji Rosul) (Wawancara Gus M.Maimun pada September 2022).

Akun ini diinisiasi oleh jamaah Pengajian Jamuna yang bernama Ahmad Faiz, S.M., dibuat pada Rabu tanggal 20 April 2016 M atau Rabu, 12 Rajab 1437 H. Alasan dipilihnya tanggal tersebut karena pada tanggal 12 Rajab, Guru Besar Girikusumo atau lebih tepatnya Pendiri Yayasan Ki Ageng Girikusumo yaitu Syaikhul Islam Simbah Muhammad Hadi bin K.H. Muhammad Thohir.

Pembuatan akun pada tanggal 12 Rajab 1437 juga menjadi pengingat momen tersebut. Pembuatan akun ini memang secara sengaja menyamakan dengan Haul Syaikhul Islam Simbah Muhammad Hadi bin K.H. Muhammad Thohir. Pada awal pembuatan akun Instagram @Jamuna_Girikusumo, pengikut (*follower*) masih sedikit. Namun, lambat laun akun ini kian eksis. Bahkan setiap tahun semakin bertambah pengikutnya. Menurut Fatmawati, M.I.Kom. sebagai admin akun Instagram @Jamuna_Girikusumo sejak tahun 2018, bahwa saat dirinya bergabung sebagai admin mulanya pengikut akun ini hanya 200 pengikut.

Gambar 3.1 Profil Instagram @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo

Awalnya akun ini berdiri secara independen, namun pada tahun 2018 pihak pengelola akun @Jamuna_Girikusumo dan *founder* sowan atau silaturahmi ke pihak Pondok Pesantren Girikusumo. Hal tersebut dilakukan untuk meminta izin mengenai adanya akun beserta nama besar “JAMUNA” di mana nama tersebut merupakan nama struktur organisasi di bawah naungan KH. Munif Muhammad Zuhri. Hingga akhirnya akun Instagram @Jamuna_Girikusumo menjadi akun resmi di bawah naungan Pondok Pesantren Girikusumo yang di setujui oleh KH. Munif Muhammad Zuhri.

Tujuan *founder* menggunakan nama tersebut bermaksud menyebarkan dakwah seluruh kiai Nahdlatul Ulama namun seiring berjalannya waktu tujuan itu berubah mengingat tidak semua yang satu visi misi dengan KH. Munif Zuhri hingga akhirnya karena ada perbedaan dengan pihak pesantren pengurus akun Instagram @Jamuna_Girikusumo memutuskan melakukan perubahan dalam postingan yaitu lebih berpusat pada penyebaran dakwah KH. Munif Zuhri, Putra dan Menantu Kiai Munif Zuhri, serta kiai-kiai yang dihadirkan dalam acara di Girikusumo.

Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo menjadi salah satu media informasi dan komunikasi yang berkaitan dengan kegiatan pengajian kitab, pengajian Jamuna, dan informasi perizinan sowan ke KH. Munif Zuhri. Nama akun ini diambil dari kata “JAMUNA” yang memiliki arti Jamaah Muji Nabi, pengelola akun mengambil *username* tersebut dikarenakan salah satu kegiatan pengajian yang banyak diminati masyarakat adalah Pengajian Jamuna.

Pengajian Jamuna sebenarnya sebuah majelis ta'lim Jama'ah Muji Nabi yang mana berdiri pada tahun 1990, kegiatan yang dilakukan yakni pengajian "*maulid dziba*" rutin dilaksanakan setiap Malam Jum'at. Majelis ta'lim ini berisikan bacaan puji-pujian kepada Nabi Muhammad SAW. dan terinspirasi dengan majelis ta'lim yang ada di Solo. Pengajian ini didirikan oleh K.H. Munif Muhammad Zuhri dan biasanya diikuti oleh santri-santrinya serta Masyarakat Girikusumo. Jamaah pengajian semakin banyak seiring dengan perkembangan zaman. Pada mulanya, pengajian Jamuna hanya membaca dziba' tetapi setelah diadakan musyawarah antara K.H. Munif Muhammad Zuhri dan ustaz-ustaznya menambahkan beberapa bacaan dalam Majlis Ta'lim Jamuna.

Pengajian ini dilaksanakan setiap malam Jumat mulai pukul 21.00-01.00 WIB. Saat ini, pengajian ini banyak dihadiri masyarakat setempat maupun dari luar kota. Mengenai susunan acara dalam pengajian Jamuna yaitu: 1) Khotmil Qur'an (pembacaan Surat Ad-Dhuha hingga Al-Fatihah); 2) Pembacaan Rotib Al-Athos (kumpulan doa); 3) Pembacaan Tahlil 4) Pembacaan dziba' (berzanji); 5) Ceramah K.H. Munif Muhammad Zuhri.

Seiring berjalannya waktu dengan dedikasi, inovasi dan konten yang ada, akun Jamuna terus mengalami kenaikan secara signifikan. Tidak butuh waktu lama, akun Jamuna dapat mencapai 1000 pengikut atau dalam Instagram 1RB kurang dari 6 bulan hingga sampai sekarang terus naik hingga 25,1RB. Meningkatnya jumlah pengikut akun @Jamuna_Girikusumo juga berpengaruh terhadap diketahuinya Pengajian Jamuna Girikusumo yang ada di Demak oleh masyarakat luas. Bahkan jamaah yang mengikuti Pengajian Jamuna sudah mencapai 5000-6000 jamaah dari berbagai daerah di Indonesia.

Akun Instagram ini secara teratur mengunggah konten berupa gambar atau reels. Akun @jamuna_girikusumo banyak memberikan pesan-pesan dakwah yang bernilai kebaikan dan kedamaian. Pengikut akun @jamuna_girikusumo dapat saling terhubung dengan melakukan interaksi melalui fitur komentar atau *direct message* (pesan langsung). Bahkan terdapat fitur *live streaming* yang dapat menyiarkan pengajian Jamuna secara langsung kepada pengikutnya. Hal tersebut dapat meningkatkan hubungan yang lebih kuat akun @Jamuna_Girikusumo dengan banyak pengikut. Konsistensi dari akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dalam mengunggah konten menjadikan akun ini eksis dengan jumlah pengikut yang selalu bertambah.

2. Tujuan dari Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo

Pada tahun 2016 akun dakwah tidak banyak seperti saat ini, Pondok Pesantren Girikusumo sudah berdiri lebih dari satu abad namun dakwah dari Pendiri Pesantren Girikusumo yaitu Syaikhul Islam Simbah Muhammad Hadi bin Thohir Girikusumo yang diteruskan secara turun temurun dan sampailah sekarang diteruskan oleh KH. Munif Muhammad Zuhri. Meskipun saat didirikannya Instagram @Jamuna_Girikusumo pondok pesantren belum sampai 1 abad lamanya namun pergerakan dakwahnya sudah meluas sampai keluar Jawa Tengah sehingga dikenal oleh masyarakat luas selain wilayah Demak, Jawa Tengah atau ulama yang satu garis keturunan Syaikhul Islam Simbah Muhammad Hadi bin Thohir Girikusumo.

Selain itu, pada tahun 2016 terdapat Facebook agar bisa memperluas dakwah Kiai Munif namun belum ada trobosan atau gebrakan keberanian oleh pihak alumni maupun pihak Pesantren mengingat saat itu belum dapat restu oleh KH. Munif Muhammad Zuhri sehingga semakin banyaknya media terutama saat itu *booming* hadirnya Instagram akhirnya *founder* memutuskan untuk membuat akun Instagram @Jamuna_Girikusumo.

Seiring berjalannya waktu, Admin Instagram @Jamuna_Girikusumo terdiri dari dua orang yaitu Fatmawati, M.I.Kom. dan Ahmad Faiz, S.M. (Founder), hingga pada akhir 2018 karena terjadi bentrokan dengan pihak Pesantren mengenai tujuan dakwah yang tidak selaras akhirnya *founder* mulai pasif dalam pengelolaan akun Instagram. Niat dan tujuan bergabungnya admin senior adalah ibadah, akhirnya admin berjalan sendiri tanpa persetujuan *founder*. Admin tersebut merupakan Alumni Girikusumo pada tahun 2014. Tindakannya melanjutkan dakwah merupakan bentuk pengabdian atau bentuk dukungan pribadi terhadap pihak pesantren yang mana beliau berharap ilmu yang didapat selama di pesantren dapat bermanfaat.

Salah satu alasan admin ini tetap berpihak pada pesantren adalah nama Jamuna merupakan nama Struktur Organisasi A1 yang dinaungi langsung oleh K.H. Munif Zuhri apabila pihak pengelola akun Instagram @jamuna_girikumo tidak selaras dengan visi misi K.H. Munif Muhammad Zuhri itu sama halnya menodai nama baik Organisasi milik K.H. Munif Muhammad Zuhri hingga

akhirnya admin rutin meluangkan waktu untuk mendesain dan memposting segala hal yang akan diposting setiap malam Jum'at.

3. Segmentasi Konten dari Instagram @Jamuna_Girikusumo

Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dikelola secara sukarela tanpa adanya bisnis endorser atau sejenisnya. Admin Fatmawati mengatakan bahwa Instagram tersebut beliau sendiri dengan tetap memperhatikan konten agar menarik dan pesan di dalamnya mudah dipahami.

Audiens yang dituju lebih dominan ditujukan pada generasi Generasi milenial dan Generasi Z dengan harapan setiap postingan yang dapat dipahami ini bisa dibagikan ke khalayak luas. Saat ini Pengajian Jamuna meluas hingga Jakarta pada kalangan artis salah satunya Abdul Kadir, Ifan Seventeen dan lainnya.

Setiap momen kegiatan besar Pesantren Girikusumo juga menjadi konten dalam postingan, seperti acara adat yang terus dilestarikan oleh Pesantren yaitu Grebeg Suro, atau setiap Ramadhan admin selalu membagikan konten setiap hari. Admin membuat postingan gambar, video maupun audio pengajian kitab yang dilakukan seminggu tiga kali di Pesantren Girikusumo.

Adapun Instagram @Jamuna_Girikusumo tidak memiliki target audiens secara spesifik. Akun ini menjangkau banyak pengikut dengan sering melakukan siaran langsung, memberikan informasi penting terkait kegiatan yang dapat dihadiri oleh khalayak/umum dan melakukan perayaan adat sembari siaran langsung melalui Instagram. Meski tidak terdapat target audiens secara spesifik, admin @Jamuna_Girikusumo memiliki pertimbangan dalam membuat konten yang akan diposting/unggah. Admin memposting dawuh K.H. Munif Muhammad Zuhri dalam setiap pertemuan pengajian rutin berkenaan dengan pesan-pesan keagamaan. Seperti petuah mengenai rumah tangga, jodoh, rezeki, perekonomian, dan ijazah/amalan dari guru maupun pengingat untuk selalu memupuk rasa cinta kepada Nabi Muhammad SAW.

B. Strategi Komunikasi Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo

1. Strategi Komunikasi Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo Berdasarkan Kejelasan Tujuan

Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo memiliki tujuan untuk menyampaikan dakwah yang disampaikan oleh K.H. Munif Muhammad Zuhri

berisikan pesan-pesan kebaikan dalam Pengajian Jamuna. Dibuatnya akun Instagram @Jamuna_Girikusumo juga untuk penyampaian dakwah di Girikusumo. Pengajian dilakukan secara rutin seminggu satu kali. Pada mulanya, Pengajian Jamuna hanya diikuti oleh keluarga kiai dan santri saja, tetapi seiring terkenalnya pengajian ini banyak masyarakat yang berpartisipasi. Adapun beberapa susunan acara sebagai berikut:

- a) Khotmil Al-Quran (membaca Ad-Dhuha sampai Al-Fatihah)
- b) Pembacaan Rotib Al-A'tos (Kumpulan doa)
- c) Pembacaan Tahlil
- d) Pembacaan Maulid Dziba'
- e) Ceramah K.H. Munif Muhammad Zuhri
- f) Penutup dan doa

Konten yang ada di dalam Instagram @Jamuna_Girikusumo berisikan ceramah K.H. Munif Muhammad Zuhri dan juga pesan-pesan dakwah ulama lain. Akun Instagram ini dibuat dengan tujuan untuk memperluas dakwah. Seiring perkembangan zaman, diperlukan inovasi dalam berdakwah termasuk konvergensi dakwah konvensional ke digital. Keberadaan akun ini berpengaruh terhadap jumlah jamaah yang berpartisipasi dalam Pengajian Jamuna. Terlebih lagi, K.H. Munif Muhammad Zuhri juga merupakan mursyid tariqah yang masyhur di Demak. Eksistensi K.H. Munif Muhammad Zuhri juga menjadi alasan akun Instagram @Jamuna_Girikusumo diketahui khalayak luas.

“Saya sudah mengikuti akun Instagram @Jamuna_Girikusumo sejak awal tahun 2018. Konten yang diunggah dalam akun ini memberikan manfaat bagi saya. Selain itu, postingan di dalamnya berisi edukasi yang mendorong seseorang untuk berbuat baik. Akun ini juga sering berinteraksi dengan pengikutnya termasuk me-repost postingan dari Jamaah Jamuna yang membagikan momen terkait Pengajian Jamuna” (Wawancara pada 1 November 2024 Pukul 17.00 WIB)

Pernyataan di atas disampaikan oleh Ibnu Mahdum Pratama, seorang Jamaah Jamuna Girikusumo sejak 2011. Menurut Ibnu Mahdum, saat mengikuti Pengajian Jamuna hatinya terasa tenang dan terdapat perasaan rasa syukur. Serupa dengan *follower* @Jamuna_Girikusumo sekaligus jamaah Pengajian Jamuna merasakan hal yang sama dengan Ibnu Mahdum.

“Saya mengikuti akun Instagram @Jamuna_Girikusumo sejak awal mengetahui pengajian ini, lalu untuk mendapatkan informasi terbaru dan merasa lebih terhubung dengan kegiatan mereka meski ada kalanya saya tidak hadir Pengajian Jamuna. Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo sangat bermanfaat dan berpengaruh bagi saya. Akun ini dapat membantu menjaga semangat keagamaan dan menyediakan sumber inspirasi melalui unggahan yang mengingatkan pentingnya spiritualitas dalam kehidupan sehari-hari” (Wawancara dengan Rafika Yuli Arumsari pada 28 Oktober 2024 Pukul 14.15 WIB)

2. Strategi Komunikasi Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo Berdasarkan Relevansi Pesan

Dakwah yang disampaikan K.H. Munif Muhammad Zuhri tentang pesan-pesan kebaikan terkait topik keseharian. Adapun dakwah beliau terkait urgensi memupuk cinta kepada Nabi Muhammad SAW, kesabaran, keikhlasan, ekonomi, jodoh, dan ijazah/amalan dari para ulama. Pesan-pesan yang beliau sampaikan pada saat Pengajian Jamuna lalu dibuatkan konten berupa gambar atau reels, lalu diunggah di Instagram @Jamuna_Girikusumo. Pesan-pesan di atas mengundang banyak interaksi dari para pengikut Instagram @Jamuna_Girikusumo baik berupa *like*, *comment* atau *save*.

Gambar 3.2 Konten @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo

Interaksi yang terjadi antara akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dengan pengikutnya dapat terlihat dari jumlah *like* (menyukai) dan juga komentar. Pesan

dari konten di atas yaitu bahwa berhati-hatilah dalam mencari guru, kita perlu melihat silsilah/nasab keilmuan. Hal tersebut selaras dengan fenomena sekarang yang mana banyak orang mudah percaya dengan guru atau ulama yang muncul di media sosial. Terkadang pesan yang disampaikan justru dapat memecah belah kerukunan.

Gambar 3.3 Konten Instagram @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo

Instagram @Jamuna_Girikusumo juga berisi konten berupa ijazah/amalan dari para ulama. Pesan yang disampaikan relevan dengan tujuan awal dibuatnya akun ini, yaitu untuk menebarkan dakwah K.H. Munif Muhammad Zuhri yang disampaikan dalam Pengajian Jamuna. Amalan yang beliau sampaikan berkaitan dengan kecukupan dalam hidup. Merasa cukup dalam hidup sering disandingkan dengan rasa syukur atas nikmat yang telah Allah SWT berikan. Pesan-pesan konten yang diunggah dalam Instagram @Jamuna_Girikusumo relevan dengan permasalahan yang sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

3. Strategi Komunikasi Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo Berdasarkan Kesesuaian Saluran

Pengajian Jamuna memiliki beberapa sosial media seperti Facebook dan Youtube, tetapi Instagram @Jamuna_Girikusumo memiliki pengikut paling banyak. Selain itu, Instagram @Jamuna_Girikusumo lebih eksis dan sering berinteraksi dengan audiens. Hal itu dapat dilihat dari jumlah follower yang naik dari tahun-ke tahun. Selain itu, strategi komunikasi dalam penyampaian dakwah juga diperlukan pendekatan yang sesuai dan konsisten.

Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen (communications management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi “(Effendy, 1981).

Gambar 3.3 Profil @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Mulanya pada tahun 2018 pengikut akun Instagram @Jamuna_Girikusumo hanya 200 pengikut. Namun, setiap tahun pengikut/follower semakin naik. Hingga sekarang mampu mencapai 25,1RB pengikut. Kenaikan pengikut dari Instagram ini dipengaruhi dari berbagai faktor, seperti konsistensi mengunggah/memposting konten, interaksi dengan pengikut, konten yang disajikan menarik para pengikut dan eksistensi dari Pengajian Jamuna di Demak.

“Pada Januari tahun 2018, pengikut akun Jamuna masih 200 followers, seiring berjalannya waktu dengan kontribusi, inovasi, desain dan konten yang ada, akun Jamuna terus mengalami kenaikan secara signifikan. Selama kurang dari 6 bulan tembus mencapai 1K/1RB pengikut.”

Pernyataan di atas disampaikan oleh Fatmawati, admin dari akun Instagram @Jamuna_Girikusumo. Pengikut Jamuna yang semakin banyak juga berpengaruh pada jamaah yang berpartisipasi pada Pengajian Jamuna. Konten yang diposting pada akun ini juga memiliki ciri khas dan menjadi salah satu daya tarik tersendiri. Adapun penggunaan *hashtag* yang relevan dan efektif dalam setiap postingan, admin @Jamuna_Girikusumo sering menggunakan *hashtag* nama kiai, daerah, kota, negara, kegiatan, lembaga, dan komunitas. *Hashtag* lain yang sering digunakan admin yaitu #mbahhadi #mbahmunif#kyaimunif #kyaimunifzuhri #jamunagirikusumo #dawuhkyai #ponpesgirikusumo dan masih banyak lagi.

Konten yang diposting di Instagram @Jamuna_Girikusumo memiliki bahasa yang mudah dipahami oleh khalayak. Selain itu, pesan dakwah dalam setiap kontennya ditulis secara lugas dan singkat. Sehingga pengikut/audiens akan mudah memahami pesan yang disampaikan.

“Konten yang disajikan menarik dan mengandung nilai edukasi dengan desain yang cukup bagus dan bahasanya mudah dipahami. Beberapa konten di Instagram @Jamuna_Girikusumo berbahasa Jawa, sehingga memiliki kekhasan tersendiri.” (Muhammad Zaky Haikal, Jamaah Pengajian Jamuna dan Pengikut Instagram @Jamuna_Girikusumo).

Gambar 3.4 Konten @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Konten di atas memiliki bahasa yang mudah dipahami, para pengikut akan memahami dengan mudah. Strategi komunikasi akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dapat menarik perhatian audiens, hal itu ditandai dengan meningkatnya jumlah pengikut dari tahun ke tahun. Akun ini juga menunjukkan ciri khasnya tersendiri dengan penggunaan *hashtag* yang sering digunakan seperti #dawuhkyai #mbahmunif #jamunagirikusumo. Selain itu, beberapa konten dalam Instagram @Jamuna_Girikusumo berbahasa Jawa sehingga memiliki kedekatan dengan para pengikut/follower sekaligus jamaah Pengajian Jamuna.

4. Strategi Komunikasi Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo Berdasarkan Efisiensi Penggunaan Sumber Daya

Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo memiliki 2 admin. Hal tersebut diperlukan penjadwalan tugas dalam memposting konten. Meski hanya memiliki 2 admin, akun @Jamuna_Girikusumo tetap konsisten dalam memposting konten sehingga akun ini semakin eksis dan diketahui banyak orang. Admin memiliki jadwal khusus dalam memposting setiap minggu yaitu pada Kamis. Admin @Jamuna_Girikusumo akan memposting konten pada Kamis setiap pukul 19.00 WIB sebelum jamaah berangkat ke Pengajian Jamuna di Girikusumo.

Konsistensi admin dalam memposting konten memberikan *engagement* @Jamuna_Girikusumo dapat naik. Hal itu ditandai dengan kenaikan jumlah pengikut dan semakin seringnya interaksi seperti *like/comment*. Selain konsistensi memposting, strategi komunikasi yang dilakukan admin dalam memanfaatkan sumber daya salah satunya yaitu mengoptimalkan fitur-fitur Instagram. Dalam momen-momen tertentu, admin @Jamuna_Girikusumo akan membagikan ulang hasil *mention* para jamaah ke *Instagram Story* akun @Jamuna_Girikusumo. Hal ini sangat berpengaruh akan ketertarikan jamaah kepada akun Jamuna.

Pemanfaatan sumber daya secara optimal juga dapat berpengaruh dalam peningkatan eksistensi Pengajian Jamuna di Girikusumo. Sumber daya yang terbatas harus digunakan secara efektif dan efisien. Selain itu, aktivitas komunikasi yang terjadi dalam akun Jamuna memiliki tujuan jelas dan dapat diukur. Seperti dampak yang dihasilkan dari adanya akun @Jamuna_Girikusumo. Sehingga kenaikan pengikut juga dapat dianalisis berdasarkan konten yang diposting dan interaksi dengan pengikut.

Selain aktif dalam *me-repost mention* dari para pengikut, @Jamuna_Girikusumo juga sering melakukan kolaborasi dengan beberapa akun lain. Hal tersebut tentu akan membantu akun @Jamuna_Girikusumo menjangkau banyak pengikut. Admin juga sering memposting reels/video singkat yang mana mendapat tanggapan baik dari para pengikut. Hal itu dapat dilihat dari tayangan, *like* dan komentar. Tayangan setiap reels mencapai ribuan, maka dari itu *engagement* akun @Jamuna_Girikusumo akan naik. *Engagement* terhadap kunjungan profil @Jamuna_Girikusumo oleh akun Instagram lain yang tidak mengikuti.

Gambar 3.5 Mention Follower @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Gambar 3.6 Ribuan Tayangan pada Reels @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Gambar 3.7 Interaksi like dari follower @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

BAB IV
ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI AKUN INSTAGRAM
@JAMUNA_GIRIKUSUMO DALAM PENYAMPAIAN DAKWAH DI DEMAK

Analisis Strategi Komunikasi Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dalam Penyampaian dakwah di Demak pada bulan Mei-Juli 2024 berdasarkan Konsep Onong Uchjana Effendy

Dalam penyampaian dakwah di Demak memerlukan proses dan strategi. Strategi komunikasi yang dilakukan dapat melalui berbagai sosial media seperti Facebook, Youtube dan Instagram. Pengajian Jamuna akan lebih eksis ketika banyak orang yang mengetahui keberadaan Pengajian Jamuna. Pengajian Jamuna dilaksanakan di Girikusumo.

Pengajian Jamuna baru memiliki sosial media seperti Facebook, Youtube dan Instagram. Namun, Instagram @Jamuna_Girikusumo memiliki eksistensi yang cukup bagus. Hal tersebut dapat terlihat dari kenaikan jumlah follower/pengikut akun Jamuna. Strategi komunikasi yang digunakan pada akun ini mengacu pada Konsep Onong Uchjana Effendy.

Ada 4 strategi komunikasi yang dijelaskan olehnya yaitu strategi komunikasi berdasarkan kejelasan tujuan, strategi komunikasi berdasarkan relevansi pesan, strategi komunikasi berdasarkan kesesuaian saluran, dan strategi komunikasi berdasarkan efisiensi sumber daya. Berikut analisis oleh peneliti terkait strategi komunikasi Instagram @Jamuna_Girikusumo:

1. Strategi Komunikasi Berdasarkan Kejelasan Tujuan

Peneliti sudah melakukan analisis terkait tujuan dibuatnya akun Instagram @Jamuna_Girikusumo. Instagram @Jamuna_Girikusumo menjadi salah satu sosial media milik Pengajian Jamuna di Demak dalam meningkatkan eksistensi pengajian. Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen (communications management) untuk mencapai suatu tujuan. Maka dari itu, dalam menetapkan strategi komunikasi juga perlu memahami tujuan dari pembuatan akun Jamuna.

Pengajian Jamuna (Jamaah Muji Nabi) dilaksanakan setiap malam Jumat pukul 20.00 WIB. Kegiatan Pengajian pada mulanya hanya diikuti oleh

keluarga kiai dan para santri saja. Namun, seiring berjalannya waktu banyak jamaah yang turut hadir dalam Pengajian Jamuna. Saat pembuatan Instagram @Jamuna_Girikusumo pondok pesantren belum sampai 1 abad lamanya namun pergerakan dakwahnya sudah meluas sampai keluar Jawa Tengah sehingga dikenal oleh masyarakat luas selain wilayah Demak, Jawa Tengah atau ulama yang satu garis keturunan Syaikhul Islam Simbah Muhammad Hadi bin Thohir Girikusumo.

Selain itu, pada tahun 2016 terdapat Facebook agar bisa memperluas dakwah Kiai Munif namun belum ada trobosan atau gebrakan keberanian oleh pihak alumni maupun pihak pesantren. Mengingat saat itu belum dapat restu oleh K.H. Munif Muhammad Zuhri sehingga semakin banyaknya media terutama saat itu *booming* hadirnya Instagram akhirnya *founder* memutuskan untuk membuat akun Instagram @Jamuna_Girikusumo. Akun ini dijadikan sebagai media dakwah digital yang menyebarkan pesan-pesan spiritual dan informasi terkait kegiatan Pengajian Jamuna.

Gambar 4.1 Konten Instagram @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Postingan di atas diunggah pada 6 Juni 2024 berisikan nasehat dalam menghadapi cobaan dalam hidup. Pesan yang disampaikan dari konten di atas mengingatkan bagi pembaca bahwa setiap cobaan atau ujian yang kita rasakan terdapat hikmah dibalikinya. Seperti ujian orang yang terkena musibah sabar, ujian orang yang terkena nikmat itu Syukur, ujian orang yang dimaki itu menerima dan memaafkan, serta ujian orang yang tidak terpenuhi

keinginannya itu ridho. Dakwah yang disampaikan oleh K.H. Munif Muhammad Zuhri tersebut mendapat banyak *like* atau tanda suka hingga 2.121 *follower*, konten tersebut juga mendapat komentar positif dari pengikutnya.

Gambar 4.2 Konten Instagram @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Berdasarkan postingan di atas menunjukkan tujuan dari akun Jamuna dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah dan mendapatkan interaksi dari para pengikutnya. Terlihat dari salah satu postingan yang mendapatkan 1.905 tanda suka dan 15 komentar. Dalam postingan lain mendapat 1.875 tanda suka dan 5 komentar. Interaksi yang terjalin antara akun Jamuna dengan pengikutnya

menunjukkan bahwa eksistensi Pengajian Jamuna mengalami peningkatan. Pengaruh dari akun Jamuna juga dapat dilihat dari meningkatnya jumlah jamaah yang berpartisipasi dalam Pengajian Jamuna.

“Saya mengikuti pengajian Jamuna sejak 2018 dan mulai mengikuti akun Jamuna dari 2019 lalu. Akun Jamuna sangat bermanfaat, karena dari pesan yang disampaikan simbah Kiai Munif, membuat saya menjadi termotivasi dan merasa tentram damai dalam menghadapi kehidupan yang saya lalui.” (Wawancara dengan Lisa Ariani pada Rabu, 23 Oktober 2024 Pukul 15.24 WIB)

Akun Jamuna dirasa bermanfaat bagi beberapa jamaah yang sempat peneliti wawancarai. Akun tersebut dapat membantu bagi para jamaah dalam mengetahui informasi terkait kegiatan Pengajian Jamuna. Selain itu, para pengikut akun Jamuna juga dapat menyimak konten-konten yang diposting yang mana di dalamnya mengandung pesan-pesan dakwah dalam Pengajian Jamuna.

“Akun ini sangat bermanfaat bagi para pembaca atau Jamaah Jamuna khususnya karena tidak hanya menampilkan pesan Islami dari K.H. Munif Muhammad Zuhri tetapi juga memberitakan kegiatan Jamuna dan informasi terbaru.” (Wawancara dengan Endang Fitriasih pada Minggu, 27 Oktober 2024 Pukul 19.00 WIB)

Strategi komunikasi berdasarkan kejelasan tujuan yang dilakukan oleh akun @Jamuna_Girikusumo diterapkan dalam sejumlah postingan yaitu untuk menunjukkan adanya Pengajian Jamuna di Girikusumo. Tujuan tersebut untuk penyampaian dakwah kepada masyarakat luas. Postingan-postingan dalam akun @Jamuna_Girikusumo secara spesifik menunjukkan keselarasan antara pesan dakwah yang disampaikan oleh K.H. Munif Muhammad Zuhri dengan tujuan diadakannya Pengajian Jamuna. Maka dari itu, akun Jamuna secara tidak langsung dapat merepresentasikan tujuan dari Pengajian Jamuna yaitu dakwah untuk mengajak kepada kebaikan dan melarang melakukan keburukan. Selain itu, juga memberikan nasehat-nasehat spiritual dalam menghadapi permasalahan kehidupan.

Adapun kegiatan pengajian dimulai dengan khotmil Al-Quran, pembacaan Rotib Al-A'tos, pembacaan Maulid Dziba, ceramah K.H. Munif Muhammad Zuhri, dan penutup serta doa. Pengajian Jamuna dihadiri dari berbagai kalangan, tidak hanya dari masyarakat Demak saja tetapi banyak yang dari luar daerah. Pengajian Jamuna dihadiri baik dari remaja hingga orang tua. Pengajian Jamuna memiliki daya Tarik tersendiri terutama dakwah yang langsung disampaikan oleh Pengasuh Pondok Pesantren Girikusumo yaitu K.H. Munif Muhammad Zuhri dengan penyampaian yang tenang dan mudah dimengerti jamaah.

Eksistensi Pengajian Jamuna didukung dengan dibuatnya Instagram @Jamuna_Girikusumo. Akun ini dibuat sejak tahun 2016 dan memiliki 2 admin. Sejak tahun 2018 mulai ada kenaikan jumlah *follower*/pengikut. Admin secara konsisten memposting konten baik foto atau reels sehingga banyak pengikut yang mulai sering berinteraksi dengan akun @Jamuna_Girikusumo.

2. Strategi Komunikasi Berdasarkan Relevansi Pesan

Admin memposting pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh K.H. Munif Muhammad Zuhri yang disampaikan pada Pengajian Jamuna. Adapun beberapa topik yang disampaikan berkaitan dengan permasalahan sehari-hari mulai dari aspek ekonomi, pendidikan, jodoh/pernikahan/rumah tangga, dan juga pemberian amalam/ijazah dari para ulama. Akun @Jamuna_Girikusumo diharapkan dapat mengedukasi para pengikut/*follower* melalui pesan-pesan dakwah yang diposting. Selain itu, akun ini juga menjadi sarana menyebarkan informasi terkait kegiatan Pengajian Jamuna baik kegiatan rutin atau perayaan adat.

Postingan dalam akun Jamuna menyesuaikan kebutuhan para pengikutnya. Seperti dalam menginformasikan kegiatan Pengajian Jamuna, kutipan pesan dakwah oleh K.H. Munif Zuhri dalam Pengajian Jamuna dan pesan-pesan islami para ulama. Pesan terkandung dalam postingan akun @Jamuna_Girikusumo relevan dengan kebutuhan audiens. Selain itu, bahasa yang digunakan dalam konten-kontennya mudah dipahami.

“Penyampaian pesan dalam akun Jamuna mudah dipahami. Pesan yang disampaikan bersifat edukatif dan komunikatif. Selain itu, konten yang

disajikan dikemas dengan desain yang modern sehingga dapat diterima bagi semua kalangan.” (Wawancara dengan Tiara Nur Hidayah, pada Jumat 25 Oktober 2024)

Strategi komunikasi berdasarkan relevansi pesan dalam akun @Jamuna_Girikusumo disampaikan melalui konten-konten yang diunggah terkait kebutuhan jamaah dalam mengetahui jadwal kegiatan Pengajian Jamuna. Selain itu, bagi jamaah yang belum bisa hadir dalam pengajian, dapat menyimak pesan-pesan dakwahnya melalui kutipan pesan dakwah dalam postingan akun Jamuna.

Beberapa konten dalam akun Instagram @Jamuna_Girikusumo sebagai berikut:

- 1) Postingan berjudul “Biarkan Dia Bahagia” dipublikasikan pada 30 Mei 2024 mengandung pesan bahwa tidak semua hal menjadi beban pikiran, karena hidup pasti ada pro dan kontra. Kita tidak perlu mengotori pikiran kita dengan tindakan orang lain yang jelas-jelas tidak menyukai kita. Pesan tersebut berhubungan erat dengan kehidupan kita, bahwa dalam menjalani hidup ini tentu ada beberapa orang yang tidak menyukai kita meski kita sudah berbuat baik. Maka dari itu, biarkan orang lain berasumsi mengenai diri kita, hal terpenting adalah kita tetap menjaga hati untuk selalu menebarkan kebaikan.

Gambar 4.3 Konten Instagram @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Gambar 4.4 Komentar pengikut Instagram @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Pada postingan yang berjudul “Biarkan Dia Bahagia” mendapat banyak komentar positif dari para pengikut Akun @Jamuna_Girikusumo. Hal tersebut menjadi salah satu bukti eksistensi dari Pengajian Jamuna dan Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo.

- 2) Postingan yang bertajuk “Selagi Masih Bernafas” diunggah pada 6 Juni 2024, bermuatan pesan dakwah berupa pengingat kepada kita bahwa tidak boleh putus asa akan keadaan, ujian tidak mengenal jenis makhluk dan waktu. Ujian bisa dilewati tergantung proses kita dalam menghadapi dan meresponsnya. Perlu diingat bahwa Allah tidak akan membebani makhluk-Nya melebihi batas kemampuan dari makhluk-Nya.

Maka dari itu, Allah SWT memerintahkan kita untuk senantiasa memanfaatkan waktu kita selama di dunia ini melakukan kebaikan dan taat kepadaNya. Meski dalam menjalani kehidupan ini tentu ada ujian dan tantangan yang kita hadapi, tetapi Allah SWT akan selalu membantu hambaNya selagi kita selalu mengusahakan dan bersabar dalam menjalani semua ujian tersebut. Kuasa Allah SWT akan selalu memudahkan hambaNya dalam menghadapi segala ujian yang ada.

Gambar 4.5 Postingan Instagram @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Postingan di atas mendapat *like* sebanyak 2.116 suka dan 6 komentar. Berdasarkan interaksi yang dilakukan oleh para *follower* menjadi bukti adanya hubungan yang terjalin di antara akun Jamuna dengan audiens. Pesan yang disampaikan dapat diterima oleh audiens luas.

Gambar 4.6 Interaksi follower Instagram @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

- 3) Postingan yang berjudul “Gila Pujian” diunggah pada 20 Juni 2024 mendapatkan *like* atau tanda suka dari para pengikut sebanyak 2.027 *like*. Pesan yang disampaikan dalam postingan ini yaitu sebuah pengingat tentang rasa syukur atas segala nikmat yang sudah diberi oleh Allah SWT. Sekarang ini banyak orang yang mencari perhatian, pujian dari orang lain, kebanyakan dari mereka lebih takut dibenci dan dipandang buruk oleh orang lain daripada Tuhannya.

Gambar 4.7 Postingan Instagram @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Pesan yang disampaikan dalam konten di atas relevan dengan fenomena yang sering terjadi di masyarakat yaitu sikap mencari perhatian dari orang lain. Jadi, ketika dia berbuat baik berharap agar orang lain melihatnya dan akan mendapat pujian. Pesan ini mengingatkan kita akan pentingnya melakukan kebaikan dengan berharap keberkahan dari Allah SWT bukan pujian semata.

- 4) Admin memposting sebuah konten yang berjudul “*Berdamai*” pada tanggal 4 Juli 2024. Pesan yang disampaikan dalam postingan ini yaitu mengenai keadaan berdamai dengan ujian yang Allah SWT berikan. Kita harus selalu berprasangka baik dengan ketetapan Allah SWT. Barangkali cobaan/ujian yang diberikan menjadi salah satu cara-Nya membuat diri kita semakin Tangguh dan bersyukur di saat merasa senang. Dalam menghadapi cobaan yang ada, kita ikhlas menerimanya. Kita harus selalu berusaha untuk menghadapinya dengan perasaan legowo.

Legowo atau ikhlas akan mendatangkan perasan-perasaan yang baik lainnya seperti rasa syukur, qonaah, dan bersabar dalam menerima ujian dalam hidup ini. Allah SWT tentu akan membantu hambaNya untuk bisa meraih kesuksesan di balik ujian yang dihadapinya.

Gambar 4.8 Postingan Instagram @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

- 5) Admin memposting konten berjudul “Hati-hati” diunggah pada 11 Juli 2024 yang memuat sebuah pesan dakwah berupa pengingat bagi kita dalam menerima pesan/informasi dari media sosial. Kita perlu menyeleksi pesan yang kita terima. Karena tidak semua informasi yang beredar benar, bisa jadi hoaks atau fitnah. Belajar dari media sosial kita juga harus memperhatikan dai yang menyampaikan pesan dakwah, lalu pahami juga sanad keilmuan dari dai tersebut. Sehingga pengetahuan yang kita terima dapat dipraktikkan secara benar dalam kehidupan sehari-hari.

Gambar 4.8 Postingan Instagram @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Dalam postingan di atas berisi nasehat bagi kita untuk selalu menjaga diri dengan kehati-hatian menerima ajaran Agama Islam. Kita harus memperhatikan dai yang menyampaikan pesan dakwah sehingga pesan-pesna yang disampaikan juga dipertanggungjawabkan secara hukum syar'i.

- 6) Postingan yang diunggah pada 25 Juli 2024 bermuatan pesan dakwah berjudul “Legowo/Berlapang” mengingatkan kepada kita bahwa berlapang atau ikhlas dapat menjadikan kita lebih merasa bersyukur atas apa yang Allah berikan. Allah SWT menyukai hambaNya yang selalu berusaha dalam mencapai ketaatan dan bangkit guna menyelesaikan masalah. Beranilah dalam menghadapi segala tantangan yang ada.

Gambar 4.9 Postingan Instagram @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

3. Strategi Komunikasi Berdasarkan Kesesuaian Saluran

Strategi komunikasi yang dilakukan untuk penyampaian dakwah , salah satunya yaitu pemanfaatan Instagram sebagai media atau saluran dalam penyampaian dakwah . Akun ini dibuat untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh K.H. Munif Muhammad Zuhri. Akun @Jamuna_Girikusumo digunakan untuk penyampaian dakwah . Selain itu, untuk menginformasikan kegiatan yang berkenaan dengan Pengajian Jamuna.

Ciri khas konten yang diposting di Instagram biasanya menarik dari segi visual /desain. Selain itu, teks yang dituliskan baik dalam gambar atau takarir tidak terlalu panjang. Bahasa yang digunakan pun akan mudah

dipahami. Beberapa hal di atas menjadi ciri khas konten yang diposting di Instagram. Instagram @Jamuna_Girikusumo sudah menerapkan strategi komunikasi dalam postingan yang diunggah.

Dalam postingan @Jamuna_Girikusumo menggunakan beberapa *hashtag* dalam setiap postingan. Beberapa *hashtag* yang dituliskan dalam takarir seperti, #mbahhadi #mbahmunif #kyaimunif #kyaimunifzuhri #girikusumo #jamunagirikusumo #ponpesgiri #ponpesgirikusumo #mauliddziba' #ngajikyai #dawuhkyai #santrigiri #ulamanusantara #nuonline #quotesulama #mranggen dan #quoteindonesia. Penggunaan *hashtag* dalam setiap postingan menjadi salah satu ciri khas dari Instagram. *Hashtag* digunakan dengan tujuan agar konten yang diposting dapat dijangkau lebih banyak pengguna Instagram.

Gambar 4.7 Hashtag dalam Instagram @Jamuna_Girikusumo



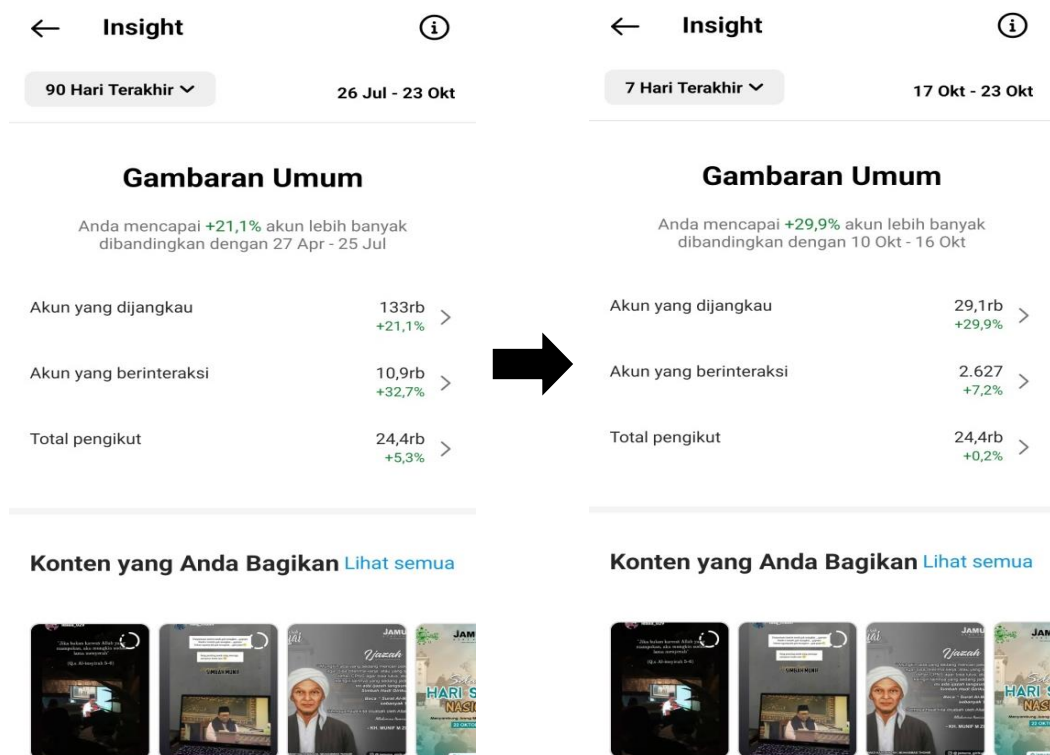
Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Penggunaan *hashtag* digunakan dengan maksud untuk bisa menjangkau lebih banyak kunjungan profil ke @Jamuna_Girikusumo. Sehingga, akun ini dan kegiatan Pengajian Jamuna akan lebih eksis ke depannya. Hal tersebut dapat dilihat dari kenaikan pengikut/follower pada akun @Jamuna_Girikusumo. Akun ini dibuat pada tahun 2016 tetapi pada saat 2018, pengikut hanya mencapai jumlah 200. Setelah beberapa bulan kemudian, pengikut @Jamuna_Girikusumo mencapai 1RB. Konsistensi memposting konten membuahkan hasil bagi Instagram Jamuna.

Seiring dengan naiknya pengikut dalam akun Jamuna, hal tersebut juga berpengaruh terhadap eksistensi Pengajian Jamuna. Orang-orang akan mengetahui keberadaan pengajian tersebut melalui akun Jamuna. Peningkatan pengikut pada akun Jamuna tentunya berpengaruh pada eksistensi K.H. Munif Muhammad Zuhri selaku Pengasuh Pondok Pesantren Girikusumo.

Jika dilihat dari *insight* akun @Jamuna_Girikusumo sejak 26 Juli-23 Oktober 2024 mampu mencapai +21,1% dibandingkan 27 April-25 Juli 2024. Sedangkan informasi terbaru terhitung dari 17-23 Oktober mengalami peningkatan secara signifikan mencapai +29,9% dengan total pengikut 24,4RB. Dibandingkan dengan minggu sebelumnya yaitu 10-16 Oktober 2024 dengan total pengikut 24,3RB.

Gambar 4.8 Insight Instagram @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Admin Instagram @Jamuna_Girikusumo

4. Strategi Komunikasi Berdasarkan Efisiensi Penggunaan Sumber Daya

Pengajian Jamuna memanfaatkan Instagram sebagai sarana menyebarkan pesan-pesan dakwah dari K.H. Munif Muhammad Zuhri. Terlebih lagi fitur-fitur yang ada di Instagram bisa dikatakan cukup lengkap. Seperti ada fitur *like*, *comment*, *share*, *save*, *Instagram story*, *story highlight*, *reels*, *live streaming*, dan *collaboration*. Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo sudah memanfaatkan fitur tersebut guna meningkatkan *engagement*, lalu kunjungan profil dan peningkatan eksistensi Pengajian Jamuna.

Dengan pemanfaatan fitur Instagram secara optimal akan memudahkan akun @Jamuna_Girikusumo mencapai tujuannya dalam penyampaian dakwah di Girikusumo. Maka dari itu, Pengajian Jamuna akan diketahui oleh lebih banyak orang dari daerah mana saja, tidak hanya dari daerah Demak. Sehingga Pengajian Jamuna akan eksis seiring pengoptimalan akun @Jamuna_Girikusumo.

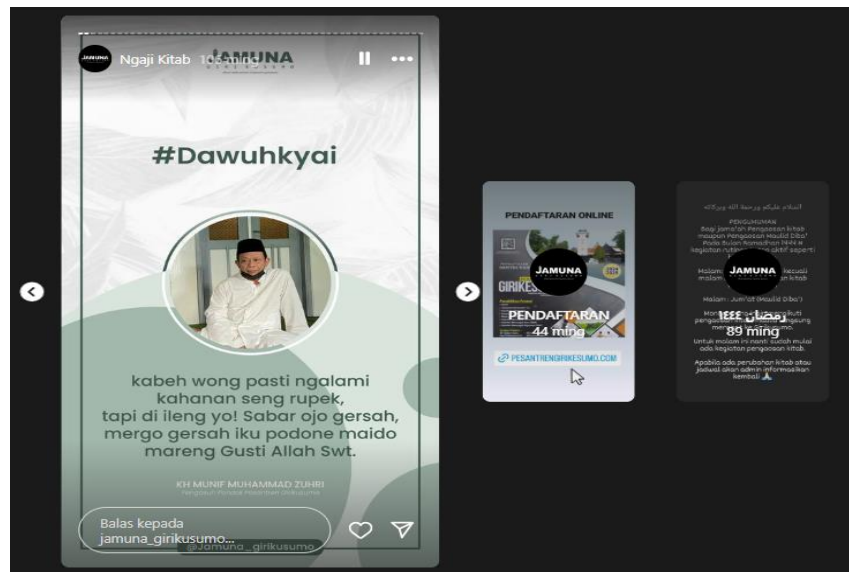
Gambar 4.9 Pemanfaatan Bio Profil @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Gambar di atas menunjukkan pemanfaatan bio profil dalam akun @Jamuna_Girikusumo sebagai sarana informasi kegiatan Pengajian Jamuna. Hal tersebut akan memudahkan jamaah yang sekaligus pengikut akun mengetahui jadwal kegiatan pengajian. Selain itu, di dalam bio profil @Jamuna_Girikusumo juga membagikan *link* Youtube Pengajian Jamuna. Hal tersebut dapat mendukung peningkatan eksistensi Pengajian Jamuna lebih signifikan. Akun ini juga memanfaatkan fitur *highlight* yang memungkinkan pengguna Instagram menampilkan Instagram Story di profilnya, meskipun biasanya Story akan hilang setelah 24 jam.

Gambar 4.10 Pemanfaatan Hightlight Story @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

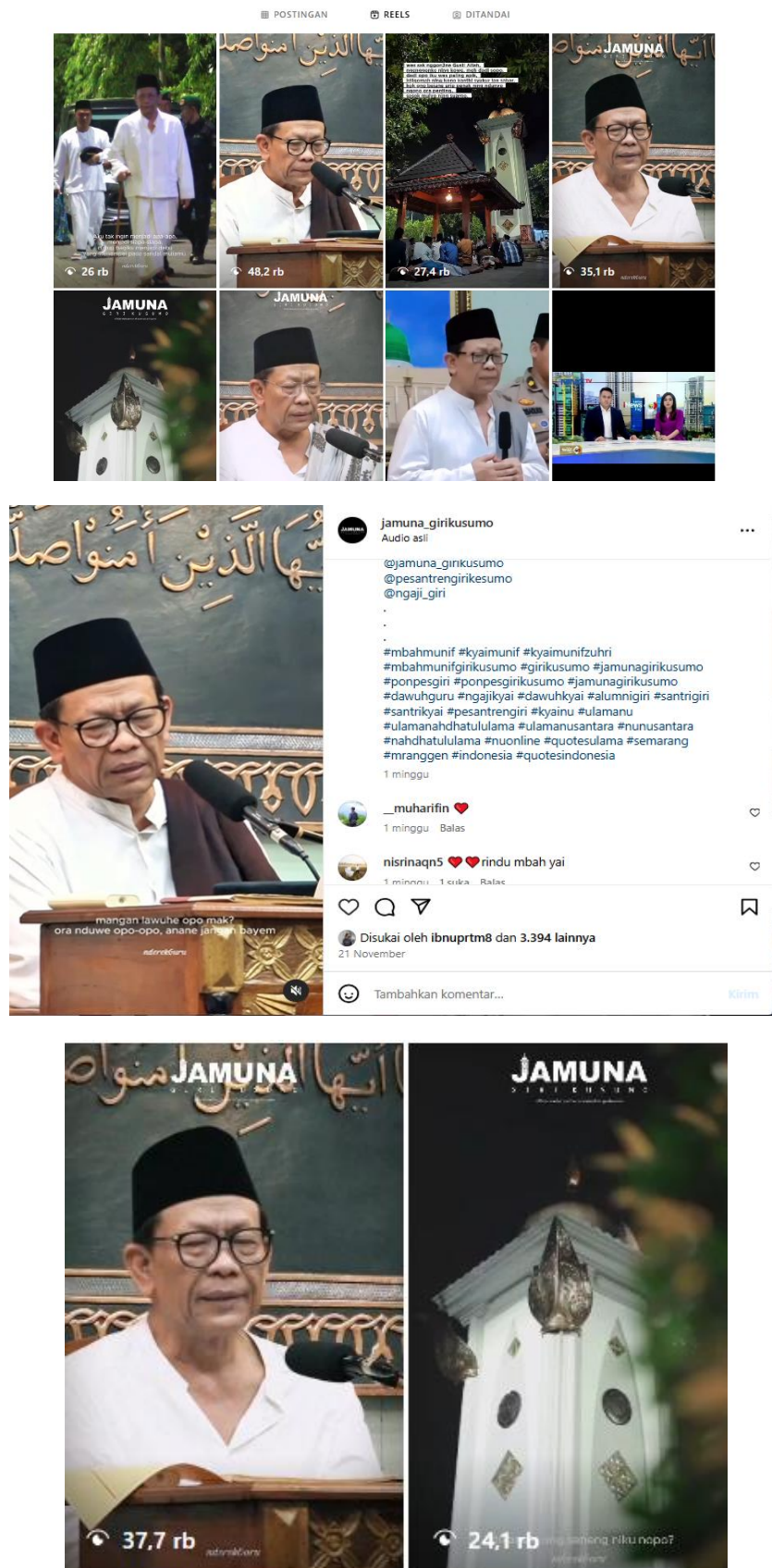
Gambar 4.11 Pemanfaatan Hightlight Story @Jamuna_Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Highlight Story atau sorotan dalam akun @Jamuna_Girikusumo memuat kegiatan Pengajian Jamuna lalu pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh K.H. Munif Muhammad Zuhri. Selain itu, juga berisi syair-syair Islami yang mengandung nilai kebaikan untuk disenandungkan. Admin @Jamuna_Girikusumo juga mengarsipkan kegiatan Ramadan di Girikusumo ke dalam *highlight* atau sorotan. Selain fitur sorotan, akun @Jamuna_Girikusumo mengoptimalkan fitur reels dalam penyampaian dakwah. Fitur Reels ini menjadikan pemilik akun Jamuna bisa mempsoting video pendek yang berdurasi 15 detik, 30 detik, 60 detik/1 menit, 1 menit 30 detik. Fitur reels dapat diisi dengan video maupun kumpulan foto yang nantinya dapat diberi *bakscound*. Sehingga postingan reels jadi lebih menarik.

Gambar 4.7 Pemanfaatan Fitur Reels @Jamuna_Girikusumo

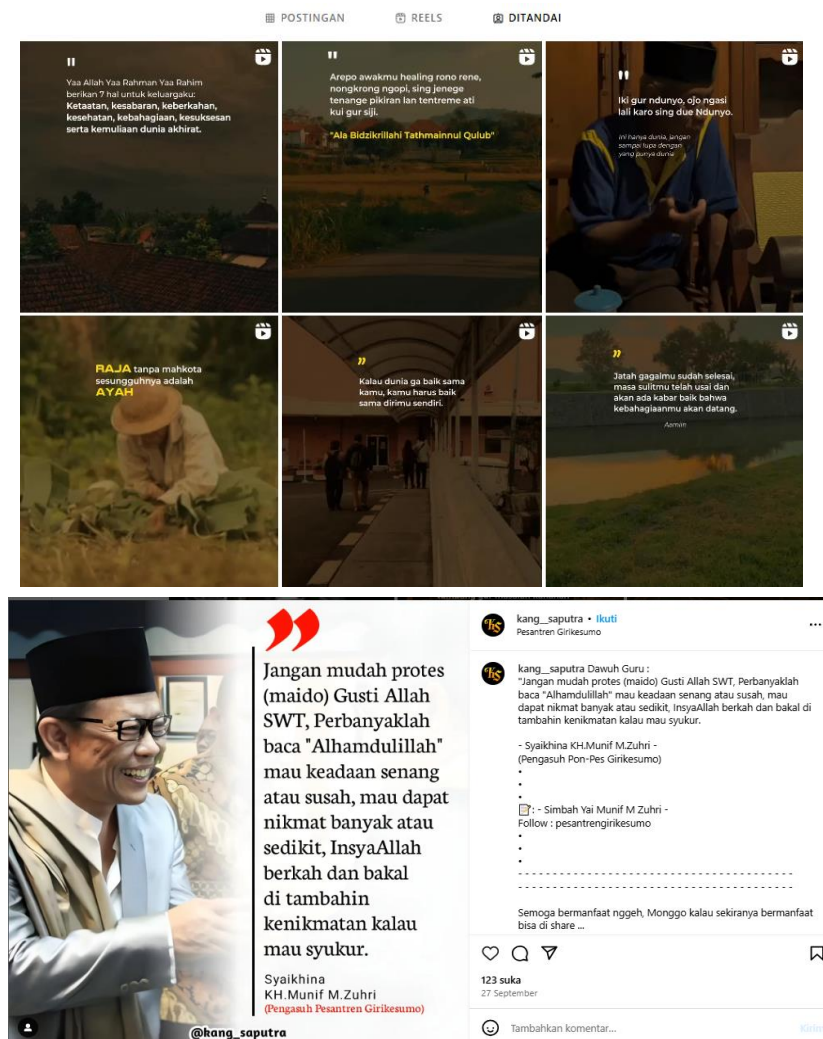


Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Fitur reels di Instagram memungkinkan pengguna membuat video singkat dengan durasi 15, 30, atau 60 detik. Fitur reels dapat mengenalkan diri kepada para pengikut dan menunjukkan kreativitas. Reels bersifat terbuka untuk umum, sehingga semua orang bisa melihat video yang diunggah oleh pengguna. Pemanfaatan reels pada akun @Jamuna_Girikusumo membantu memperluas jangkauan pengikut akun. Bahkan dalam akun Jamuna banyak reels yang dilihat atau dijangkau oleh puluhan ribu pengguna Instagram.

Selain fitur-fitur di atas, @Jamuna _Girikusumo juga memanfaatkan fitur *collaboration*. Fitur kolaborasi ini memungkinkan akun jamuna saling memberi *tag*/tanda satu sama lain. Hal tersebut bertujuan agar pengikut akun masing-masing dapat saling terhubung dan bertujuan untuk memperluas jangkauan setiap postingan.

Gambar 4.8 Pemanfaatan Fitur Kolaborasi @Jamuna _Girikusumo



Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Fitur-fitur di Instagram juga dilengkapi dengan tampilan angka berupa jumlah *like*, *comment* dan *share*. Hal tersebut memudahkan admin @Jamuna_Girikusumo memantau perkembangan akun ini. Selain itu bisa mencatat frekuensi kunjungan profil akun Jamuna oleh para pengguna Instagram. Selain itu, admin juga bisa menarik Kesimpulan, konten mana saja yang cukup memberikan daya tarik bagi pengikut akun Jamuna maupun pengguna Instagram yang belum mengikuti akun Jamuna. Maka dari itu, fitur kolaborasi ini dapat membantu Akun @Jamuna_Girikusumo dalam peningkatan eksistensi Pengajian Jamuna.

Gambar 4.9 Jumlah Interaksi Pengikuti @Jamuna_Girikusumo





Sumber: Instagram @Jamuna_Girikusumo

Fitur-fitur yang ada dalam Instagram membantu admin [@Jamuna_Girikusumo](#) dalam mengoptimalkan tersampainya pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh K.H. Munif Muhammad Zuhri dan ulama lainnya diterima oleh para *follower* akun Jamuna. Hal tersebut menjadikan pesan dakwah yang diposting dalam bentuk foto, video dan reels dapat diakses oleh banyak pengguna Instagram. Sehingga tujuan dibuatnya akun Jamuna dapat tercapai dengan tersampainya pesan-pesan dakwah kepada jama'ah maupun follower akun Jamuna.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai strategi komunikasi akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dalam penyampaian dakwah di Demak, setiap pengajian (dakwah) tentu memiliki strategi komunikasi yang beragam. Adapun keberhasilan akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dalam penyampaian dakwah di Demak dapat dilihat dari jumlah pengikut pada akun @Jamuna_Girikusumo yang sudah naik secara signifikan dan interaksi yang terjalin antara *follower* dengan akun Jamuna.

Berdasarkan strategi komunikasi yang diterapkan dalam akun Jamuna, akun ini menyampaikan dakwah melalui media dan untuk memperluas dakwah di Demak dapat ditunjukkan dari postingan-postingan di dalamnya. Berikut kesimpulan dari peneliti terkait strategi komunikasi yang diterapkan oleh akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dalam penyampaian dakwah di Demak berdasarkan model strategi komunikasi Onong Uchjana Effendy, yaitu:

1. Strategi komunikasi berdasarkan kejelasan tujuan oleh Akun @Jamuna_Girikusumo dapat dilihat dari konten-konten yang diposting. Tujuan dibuatnya akun @Jamuna_Girikusumo yakni untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah K.H. Munif Muhammad Zuhri dan memudahkan para jamaah mengetahui informasi terkait kegiatan Pengajian Jamuna yang dilakukan secara rutin seminggu satu kali setiap malam Jumat pukul 20:00 WIB. Akun ini berisikan konten pesan-pesan dakwah mengenai problematika keseharian dan segmentasi akun ini adalah dari semua kalangan, baik remaja maupun orang tua. Akun ini memudahkan jamaah yang tidak bisa hadir dalam pengajian dapat memetik pesan dakwahnya melalui akun @Jamuna_Girikusumo.
2. Strategi komunikasi berdasarkan relevansi pesan dari @Jamuna_Girikusumo dapat peneliti pahami dari konten-kontennya yang memuat pesan-pesan dakwah yang berhubungan dengan topik-topik keseharian. Adapun beberapa topik yang biasa diangkat dalam konten @Jamuna_Girikusumo yaitu ekonomi, jodoh (pernikahan/keluarga), pendidikan, nilai-nilai kebaikan dan nasehat untuk selalu menjauhi perbuatan munkar. Pesan-pesan yang ada dalam @Jamuna_Girikusumo

memiliki relevansi dengan problematika yang terjadi di masyarakat. Sehingga, konten-konten yang ada di dalam akun Jamuna dapat menjadi pengingat bagi para pembaca.

3. Strategi komunikasi berdasarkan kesesuaian saluran akun @Jamuna_Girikusumo dilakukan secara optimal oleh admin akun Jamuna. Seperti penggunaan *hashtag* yang merupakan salah satu ciri khas dari Instagram. Sehingga jangkauan profil Jamuna akan lebih eksis dan luas. Pengajian Jamuna sebenarnya memiliki beberapa sosial media seperti, Facebook dan Youtube. Namun, eksistensi Instagram Jamuna lebih terlihat dibanding dengan sosial media yang dimiliki lainnya. Awalnya akun ini hanya memiliki 200 pengikut saja. Pada Desember 2024, sekarang akun @Jamuna_Girikusumo sudah memiliki pengikut mencapai 25,1RB. Hal tersebut membuktikan eksistensi Pengajian Jamuna dan akun Jamuna mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan Instagram menjadi media yang relevan dalam penyampaian pesan-pesan dakwah K.H. Munif Muhammad Zuhri dengan jangkauan yang lebih luas.
4. Strategi komunikasi berdasarkan efisiensi penggunaan sumber daya dalam akun @Jamuna_Girikusumo dapat terlihat dengan pengoptimalan penggunaan fitur-fitur Instagram. Admin akun @Jamuna_Girikusumo menggunakan *hashtag* tiap postingan. Selain itu, admin juga memanfaatkan fitur bio profil Instagram untuk menginformasikan terkait jadwal Pengajian Jamuna dan menyertakan *link* chanel Youtube Pengajian Jamuna. Fitur reels juga dimanfaatkan oleh admin @Jamuna_Girikusumo untuk menjangkau lebih banyak pengikut dan meningkatkan *engagement*. Fitur kolaborasi juga mampu dioptimalkan oleh admin, hal tersebut dapat membantu akun ini dijangkau lebih banyak pengguna Instagram. Dengan pengoptimalan penggunaan fitur Instagram, hal tersebut membantu akun ini terus eksis, bahkan eksistensi Pengajian Jamuna juga akan terus meningkat.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan peneliti terhadap akun Instagram @Jamuna_Girikusumo, peneliti memiliki beberapa saran, di antaranya sebagai berikut:

1. Perlu ditingkatkan terkait keberagaman desain konten dalam akun @Jamuna_Girikusumo, agar nantinya jangkauan akun ini lebih luas.
2. Admin dapat lebih konsisten dalam memposting konten-konten Instagram @Jamuna_Girikusumo.

DAFTAR PUSTAKA

- Arni, Muhammad. (2004). *Komunikasi organisasi*. Jakarta: BumiAksara.
- Arsyad, Azhar. (2002). *Media Pembelajaran*. Raja Grafindo Persada.
- Bambang, 2005. *Strategi Manajemen: Strategi memenangkan perang bisnis*. Malang: Bayumedia.
- Beni, Saebani Ahmad. (2008). *Metode Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Cangara, Hafied. (2013). *Perencanaan Strategi Komunikasi*, Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. (2017). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Data Indonesia. 2023. Indonesia Miliki 97,07 Juta Pengguna Instagram hingga Akhir 2022.
- De Mooij, M. (2010). *Global marketing and advertising: Understanding cultural paradoxes*. Sage Publications.
- Efenddy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fauzi, Umar. (2022). *Strategi Komunikasi Akun Instagram @Scholarship4us dan @Schohub Dalam Menyebabkan Informasi Beasiswa*.
- Fitriani, Yuni. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 19(2), 152.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/view/2120>
- Flew, Terry. (2008). *New Media: An introduction* (3rd Edition). p1-304.
- Jabar Antara News. 2023. Perempuan Pembuat dan Jual Konten Pornografi Melalui Medsos Ditangkap Polisi
- Hanif, Muhammad, Ahda dan Februr Rozi. "Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang." *Journal of Communication and Society* 1.01 (2022): 14-26.
- Jaelani. (1997). *Pengertian, Cara, Strategi dan Petunjuk Bisnis*. Malang: Grafindo.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage Publications.
- Khoiruzzaman, Wahyu. (2016). *Urgensi Dakwah Media Cyber Berbasis Peace Journalism*. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36(2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education Limited

- Kumala, Lukiati. (2009). *Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses dan Konteks*. Bandung: Widya Padjajaran
- Kusumawati, Tri Indah. (2016). Komunikasi Verbal Dan Nonverbal. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 6(2), 139.
- Lutfiah, F. (2022). *Tanggapan Masyarakat Terhadap Pengajian Jamuna di Pondok Pesantren Girikusumo Mranggen Demak*.
- Mardiyanto, D. (2019). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo)*. 03(01), 60–66.
- Mulyana. Deddy, (2007), *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Jakarta: Remaja Rosdakarya.
- Muriah, Siti. (2000). *Metodologi Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Naldi Vadillah. (2021). *Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S . I . Kom)*.
- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Depok:PT. Rajagrafindo Indonesia
- Pickton, D., & Broderick, A. (2005). *Integrated marketing communications*. Pearson Education
- Putri, A. K. (2019). *Strategi Komunikasi PT. Telkom Witel Bengkulu Dalam Menghadapi Keberadaan Media Online*.
- Saputri, Yunia Eka, Muhammad Nur. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Santri Program Mahasiswa Pondok Pesantren Putri Aisyiyah Imadul Bilad Kota Metro. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, volume 1(Md), 20.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung.
- Saputri, Yunia Eka. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah Santri Program Mahasiswa Pondok Pesantren Putri Aisyiyah Imadul Bilad Kota Metro. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, volume 1(Md), 20.
- Situmorang, T. M. (2019). *Strategi Komunikasi Organisasi Pemerintah Kabupaten Labuhanbatu Utara Dalam Melahirkan Kebijakan Pemberian Beasiswa MoU Bagi Mahasiswa Berprestasi Universitas Islam negeri Sumatera Utara Medan*.
- Surabaya Tribun News. 2023. Cewek Situbondo Live Aksi Pornografi di Instagram, Ngakunya Terpengaruh Minuman Keras
- Ulfah, Nadra. (2022). *Dakwah Virtual : Strategi Revitalisasi Kandungan Al- Qur'an Di Era Digital*. 4, 81–93.
- Utami, A. P. (2022). *Strategi Komunikasi Peratin Pada Masyarakat Dalam Meningkatkan*

Kesadaran Gotong Royong D Pekon Pagar Dewa Kec. Sukau Kab. Lampung Barat.

Zaenal, Abidin. (2007). *Analisis Eksistensial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Pedoman Wawancara

Narasumber : Fatmawati, M.I.Kom

Jabatan : Admin Instagram @Jamuna_Girikusumo

1. Sejak kapan akun Instagram @Jamuna_Girikusumo dibuat?
2. Peningkatan followernya bagaimana? Apakah signifikan tiap tahunnya?
3. Apakah ada target khusus audiens dari akun Instagram @jamuna_girikusumo?
4. Bagaimana Anda menjangkau dan mengidentifikasi target audiens tersebut?
5. Apa pertimbangan utama dalam membuat konten yang akan diposting?
6. Jenis konten yang seperti apa paling banyak mendapatkan respons positif seperti like, komentar maupun fitur save?
7. Apakah ada jadwal khusus posting setiap minggunya? Jika ada apakah setiap hari atau hari tertentu saja?
8. Apakah ada waktu paling efektif untuk memposting konten?
9. Apakah ada gaya visual atau tone of voice tertentu yang ingin dicapai?
10. Bagaimana cara Anda memilih hashtag yang relevan dan efektif untuk setiap postingan? Apakah ada hashtag tertentu yang selalu digunakan?
11. Bagaimana Anda memanfaatkan fitur-fitur Instagram untuk meningkatkan engagement?
12. Apa saja tantangan terbesar yang dihadapi dalam mengelola akun ini?
13. Apakah Anda melihat ada peningkatan jumlah jamaah setelah akun ini aktif? Jika iya, seberapa signifikan?

Wawancara Jamaah Jamuna

1. Narasumber : Rafika Yuli Arumsari
Alamat : Kembangarum, Mranggen Demak.
Akun IG : @rafikayl
Agama : Islam
Status : Mahasiswa Pendidikan Guru Sekolah Dasar angkatan 2019
Universitas PGRI Semarang

Transkrip Wawancara

Via / media : Wawancara langsung (tatap muka)

Hari : Selasa, 28 Oktober 2024

Waktu : 14.15 WIB

Hasil :

a) Sejak kapan mengikuti pengajian jamuna/ maulid dziba ini?

Saya sudah mengikuti pengajian Jamuna/Maulid Dziba selama beberapa waktu sejak SMA untuk mendapatkan ketenangan dan inspirasi spiritual yang diberikan majelis ini.

b) Dari siapa Anda bisa tahu adanya majlis pengajian jamuna ini?

Saya mengetahui pengajian ini teman dan jamaah di sekitar Mranggen, serta dari rekomendasi orang-orang terdekat yang sering membagikan pengalaman positif mereka saat mengikuti pengajian di Girikusumo

c) Apakah Anda sudah follow akun Instagram @jamuna_girikusumo? Sejak kapan?

Sudah, saya mengikuti akun Instagram @jamuna_girikusumo sejak awal mengetahui pengajian ini untuk mendapatkan informasi terbaru dan merasa lebih terhubung dengan kegiatan mereka meski tidak selalu hadir secara fisik.

d) Apakah akun Instagram tersebut dinilai bermanfaat di kehidupan Anda?

Ya, sangat bermanfaat dan berpengaruh. Akun ini membantu menjaga semangat keagamaan dan menyediakan sumber inspirasi melalui unggahan yang mengingatkan pentingnya spiritualitas dalam kehidupan sehari-hari.

e) Apakah konten-konten yang disajikan menarik dan berisi nilai edukasi?

Kontennya sangat menarik, edukatif, dan sering mengandung kutipan-kutipan dari Al-Qur'an, hadist, atau nasehat dari para ulama, yang memperkaya pengetahuan agama. Selain itu, informasi terkait kegiatan pengajian menambah semangat bagi yang belum sempat hadir. Terutama postingan terkait dengan ajaran-ajaran yang mudah diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari dan memberikan pengingat yang positif.

f) Bagaimana strategi penyampaian pesan yg disampaikan pada akun tersebut?

Akun ini menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Penyampaian pesan dilakukan dengan konsisten melalui kutipan dan visual yang menarik sehingga setiap postingan terasa relevan dan menginspirasi. Strategi ini membuat jamaah merasa lebih dekat dan termotivasi untuk mengikuti setiap kegiatan.

- g) Bagaimana tanggapanmu terkait akun Instagram @jamuna_girikusumo?
 Akun Instagram @jamuna_girikusumo sangat baik dalam memperkenalkan Pengajian Jamuna ke masyarakat luas. Tampilannya sederhana tapi menarik, memberikan kesan kesederhanaan yang melekat pada nilai-nilai pengajian.
- h) Apakah akun Instagram tersebut pernah live saat pengajian Jamuna berlangsung?
 Akun ini sesekali mengadakan live saat pengajian, yang memungkinkan jamaah dari berbagai lokasi untuk ikut bergabung secara online, sehingga bisa lebih luas menjangkau jamaah yang jauh.
- i) Bagaimana kesan Anda mengikuti Pengajian Jamuna? Apakah ada perasaan tenang dan tentram atau yang lainnya? Mengapa?
 Mengikuti Pengajian Jamuna memberikan perasaan tenang, tentram, dan damai. Setiap sesi dipenuhi dengan nilai-nilai spiritual yang memperkuat ikatan batin dan meningkatkan ketenangan hati karena dapat memperdalam ilmu agama di lingkungan yang khusyuk dan penuh berkah.

2. Narasumber : Ibnu Mahdum Pratama

Alamat : Pucang gading, Mranggen, Demak

Akun IG : @ibnuprtm8

Agama : Islam

Status : -

Transkrip Wawancara

Via / media : Wawancara langsung (tatap muka)

Hari : Jumat, 1 November 2024

Waktu : 17.00

Hasil :

- a) Sejak kapan mengikuti pengajian jamuna/ maulid dziba ini?
 Sejak saya pindah tinggal di Mranggen sekitar tahun 2011
- b) Dari siapa Anda bisa tahu adanya majlis pengajian jamuna ini?
 Dari tetangga dan teman
- c) Apakah Anda sudah follow akun Instagram @jamuna_girikusumo? Sejak kapan?
 Ya saya sudah follow, sekitar tahun awal 2018
- d) Apakah akun Instagram tersebut dinilai bermanfaat di kehidupan Anda?

Ya tentu bermanfaat, karena postingan yang ditampilkan berupa pesan kebaikan dari Kyai yang masyhur di daerah Mranggen dan sekitarnya. Selain itu, akun ini pun juga memberikan informasi terkait perihal Pengajian Jamuna, Pengajian Kitab, dan lainnya.

- e) Apakah konten-konten yang disajikan menarik dan berisi nilai edukasi?

Seperti yang saya katakan sebelumnya bahwa konten atau postingan bermanfaat buat saya sendiri, begitupun desain yang ditampilkan pun juga menarik, juga memberikan edukasi yang dapat memotivasi seseorang termasuk saya sendiri.

- f) Bagaimana strategi penyampaian pesan yg disampaikan pada akun tersebut?

Strategi yang digunakan menjadi salah satu inovasi digital, karena yang saya lihat pihak dari admin dari Instagram tersebut sangat lihai dalam pembuatan konten baik berupa foto, video, atau reels. Disisi lain, admin juga gerak cepat dalam merepost postingan dari jamaah jamuna yang membagikan terkait kegiatan Pengajian Jamuna.

- g) Bagaimana tanggapanmu terkait akun Instagram @jamuna_girikusumo?

Sangat membantu dan keren menurut saya, karena akun ini bukan hanya memberikan informasi terkait pengajian saja, akan tetapi juga menggiring para pembaca untuk melakukan kebaikan.

- h) Apakah akun Instagram tersebut pernah live saat pengajian Jamuna berlangsung?

Sepertinya live tapi saya tidak tau lebih lanjut sesering apa live instagram, karena terkadang saat saya mengikuti pengajian saya tidak melihat HP

- i) Bagaimana kesan Anda mengikuti Pengajian Jamuna? Apakah ada perasaan tenang dan tentram atau yang lainnya? Mengapa?

Saya sering hadir pengajian ini karena saya merasa bersyukur diberikan nikmat sehat, dan memiliki perasaan bahagia, tenang, dan damai saat mengikuti Pengajian Jamuna ini.

3. Narasumber : Tiara Nur Hidayah

Alamat : Karangawen

Akun IG : @tiaraanh

Agama : Islam

Status : Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Transkrip Wawancara

Via / media : Wawancara langsung (tatap muka)

Hari : Jumat, 25 oktober 2024

Waktu : 15.12

Hasil :

- a) Sejak kapan mengikuti pengajian jamuna/ maulid dziba ini?
Sejak 2021
- b) Dari siapa Anda bisa tahu adanya majlis pengajian jamuna ini?
Dari teman teman dan saudara
- c) Apakah Anda sudah follow akun Instagram @jamuna_girikusumo? Sejak kapan?
Ya saya sudah follow, dari awal mengikuti pengajian jamuna ini
- d) Apakah akun Instagram tersebut dinilai bermanfaat di kehidupan Anda?
Sangat berpengaruh, karena konten-konten yang disajikan berisi nasehat-nasehat dan ajakan ke arah yang membuat hidup lebih baik.
- e) Apakah konten-konten yang disajikan menarik dan berisi nilai edukasi?
Ya karna konten-konten yang disajikan oleh akun instagram tersebut sangat edukatif, berisi dengan tulisan-tulisan nasehat yang menentramkan hati.
- f) Bagaimana strategi penyampaian pesan yg disampaikan pada akun tersebut? Sangat mudah dipahami, pesan yang disampaikan bersifat edukatif dan komunikatif, penyampaian pesan di kemas dengan desain yang modern sehingga bisa diterima di semua kalangan
- g) Bagaimana tanggapanmu terkait akun Instagram @jamuna_girikusumo?
Bagus dan bermanfaat, karena sekarang ini banyak akun – akun media sosial yang menyebarkan berita atau informasi yang kadang masih belum pasti kebenarannya, apalagi persoalan agama
- h) Apakah akun Instagram tersebut pernah live saat pengajian Jamuna berlangsung?
Pernah live
- i) Bagaimana kesan Anda mengikuti Pengajian Jamuna? Apakah ada perasaan tenang dan tentram atau yang lainnya? Mengapa?

Saya sangat berkesan dalam mengikuti pengajian jamuna di Girikusumo karena membuat kita lebih dekat dengan Yang Maha Kuasa dengan lantunan shalawat yang dikumandangkan, itu membuat hati saya merasa tentram dan damai.

4. Narasumber : Lisa Ariani

Alamat : Sumberejo Dawung, Mranggen, Demak

Akun IG : @lisaariani661

Agama : Islam

Status : Guru Sekolah Dasar Islam Nurul Qomar Semarang

Transkrip Wawancara

Via / media : Wawancara langsung (tatap muka)

Hari : Rabu, 23 Oktober 2024

Waktu : 15.24

Hasil :

a) Sejak kapan mengikuti pengajian jamuna/ maulid dziba ini?

Sejak 2018

b) Dari siapa Anda bisa tahu adanya majlis pengajian jamuna ini?

Tahu dari orangtua

c) Apakah Anda sudah follow akun Instagram @jamuna_girikusumo? Sejak kapan? Ya saya sudah follow, ditahun 2019

d) Apakah akun Instagram tersebut dinilai bermanfaat di kehidupan Anda?

sangat berpengaruh dan bermanfaat, karena dari pesan yang disampaikan simbah Kyai Munif itu membuat saya termotivasi dan merasa tentram dan damai dalam menghadapi kehidupan yang saya lalui.

e) Apakah konten-konten yang disajikan menarik dan berisi nilai edukasi?

Iya sangat menarik, pastinya sangat mengedukasi buat saya sendiri. Karena saya sendiri kan tidak ada riwayat belajar dipondok atau menjadi santri jadi masih butuh belajar lebih banyak lagi, apalagi pesan – pesan yang di upload juga mudah dipahami.

f) Bagaimana strategi penyampaian pesan yg disampaikan pada akun tersebut?

Penyampaian pesan yang menarik dan efektif mudah dipahami khalayak, karena pesan yang ditamplkan sederhana, selain itu kan admin yang responsif

juga dilihat dari setiap adanya pengajian jamuna selalu repost story followers tentang pesan atau berkaitan dengan pengajian jamuna

g) Bagaimana tanggapanmu terkait akun Instagram @jamuna_girikusumo?

Sangat luarbiasa, saya berharap akun ini kedepannya bisa aktif terus karena sangat bermanfaat apalagi buat orang awam seperti saya ini

h) Apakah akun Instagram tersebut pernah live saat pengajian Jamuna berlangsung?

Pernah

i) Bagaimana kesan Anda mengikuti Pengajian Jamuna? Apakah ada perasaan tenang dan tentram atau yang lainnya? Mengapa?

Merasa mendapatkan ketenangan dan kebahagiaan, karena terkadang dawuh atau nasihat dari simbah Kyai Munif itu sesuai dengan realita hidup yang sedang saya hadapi, jadi saya merasa lega dan bisa lebih baik dalam menyikapi persoalan hidup.

5. Narasumber : Muhammad Zaky Haikal

Akun IG : @zak_haikal

Alamat : Kadilangon Kebonbatur, Mranggen, Demak

Agama : Islam

Status : Anggota Angkatan Muda Girikusumo (AMGI)

Transkrip Wawancara

Via / media : Wawancara langsung (tatap muka)

Hari : Selasa, 29 Oktober 2024

Waktu : 23.00

Hasil :

a) Sejak kapan mengikuti pengajian jamuna/ maulid dziba ini?

Sejak SMP, sekitar tahun 2014

b) Dari siapa Anda bisa tahu adanya majlis pengajian jamuna ini?

Tahu majlis ini karena KH. Munif Zuhri adalah salah satu mursyid toriqoh yang masyur di Demak, terutama di Mranggen. Jadi mengetahui majlis karena memang dari sudah berkembang di masyarakat daerah

c) Apakah Anda sudah follow akun Instagram @jamuna_girikusumo? Sejak kapan? Ya saya sudah mengikuti akun tersebut sejak saya lulus dari pondok

ditahun 2019, karena sebelumnya saya tidak memegang ponsel saat di pondok pesantren

- d) Apakah akun Instagram tersebut dinilai bermanfaat di kehidupan Anda?
Pastinya sangat bermanfaat, karena postingan dari akun instagram ini berupa pesan pesan kebaikan
- e) Apakah konten-konten yang disajikan menarik dan berisi nilai edukasi?
Konten yang disajikan menarik dan memiliki nilai edukasi dengan desain yang cukup bagus dan bahasa yang mudah dipahami
- f) Bagaimana strategi penyampaian pesan yg disampaikan pada akun tersebut?
Strategi penyampaian yang unik karena pesan yang diambil juga di ambil dari dawuh kyai Munif yang beberapa konten berupa bahasa Jawa sehingga memiliki kekhasan tersendiri
- g) Bagaimana tanggapanmu terkait akun Instagram @jamuna_girikusumo?
Keren dan sangat bagus
- h) Apakah akun Instagram tersebut pernah live saat pengajian Jamuna berlangsung?
Pernah live, tapi saya tidak begitu tau seseringapa live nya karena saat pengajian tersebut saya tidak aktif instagram
- i) Bagaimana kesan Anda mengikuti Pengajian Jamuna? Apakah ada perasaan tenang dan tentram atau yang lainnya? Mengapa?
Ketika saya mengikuti pengajian jamuna ini,yang pertama pasti ada rasa tenang, tentram, dan damai apalagi banyaknya sholawat nabi yang dilantunkan. Selain itu, saya rasa majlis ini merangkul semua kalangan

6. Narasumber : Endang Fitriasih

Alamat : Sumberejo Dukoh, Mranggen, Demak

Akun IG :@xyabst

Agama : Islam

Status : -

Transkrip Wawancara

Via / media : Wawancara langsung (tatap muka)

Hari : Minggu, 27 Oktober 2024

Waktu : 19.00

Hasil :

- a) Sejak kapan mengikuti pengajian jamuna/ maulid dziba ini?
Sejak 4 sampai 5 tahun yang lalu
- b) Dari siapa Anda bisa tahu adanya majlis pengajian jamuna ini?
Dari teman sekolah
- c) Apakah Anda sudah follow akun Instagram @jamuna_girikusumo? Sejak kapan?
Saya follow akun ini sekitar saya SMA tahun 2019
- d) Apakah akun Instagram tersebut dinilai bermanfaat di kehidupan Anda?
Ya bermanfaat, apalagi dalam konten ini sudah diringkas dan diambil kutipan pesan yang mudah untuk dipahami
- e) Apakah konten-konten yang disajikan menarik dan berisi nilai edukasi?
Tentu menarik dan pastinya berisi edukasi, karena konten yang disajikan dalam akun Instagram ini berupa cuplikan atau potongan pesan dakwah yang disampaikan oleh Kyai Munif Zuhri, yang dapat kita ketahui beliau adalah kyai di Pondok Pesantren Girikusumo
- f) Bagaimana strategi penyampaian pesan yg disampaikan pada akun tersebut?
Strategi penyampaian yang bagus, unik, dan informatif, dikemas dengan desain yang kreatif dengan bahasa yang sederhana sehingga mudah dipahami pembaca
- g) Bagaimana tanggapanmu terkait akun Instagram @jamuna_girikusumo?
Akun ini sangat membantu para pembaca atau jamaah jamuna khususnya, karena bukan hanya menampilkan pesan islami dari KH. Munif Zuhri akan tetapi memberikan berita dan informasi terupdate
- h) Apakah akun Instagram tersebut pernah live saat pengajian Jamuna berlangsung?
Pernah live
- i) Bagaimana kesan Anda mengikuti Pengajian Jamuna? Apakah ada perasaan tenang dan tentram atau yang lainnya? Mengapa?
Alhamdulillah pasti ada rasa tenang dan tentram, dengan alasan karena saya merasa di pengajian ini itu mengaji hati, mengolah pola pikir saya sendiri dengan beberapa susunan acara pengajian yang membuat saya merasakan perasaan tersebut.

DOKUMENTASI WAWANCARA

1. Wawancara Admin Instagram @Jamuna_Girikusumo (Fatmawati)



2. Wawancara Jamaah Pengajian Jamuna Girikusumo dan Pengikut Akun Instagram @Jamuna_Girikusumo





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Ernawati
Tempat, tanggal lahir : Demak, 23 Februari 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jalan Sumberejo Dukoh RT.003 / RW. 003
Kec. Mranggen, Kab. Demak, Jawa Tengah
Agama : Islam
No.Hp / email : 0895414351903 / doc.ernawati23@gmail.com
Nama Ayah : Sholikin
Nama Ibu : Kusmiati
Pendidikan formal :
1. TK Ruchjaniyyah
2. SDN 01 Sumberejo
3. MTs. Taqwiyatul Wathon
4. SMA N 2 Mranggen
5. UIN Walisongo Semarang
Riwayat Organisasi :
1. IPPNU Ranting Sumberejo
2. SEMA FDK UIN Walisongo
3. BMC UIN Walisongo