

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era 5.0 perkembangan digital semakin maju yang menjadikan komunikasi memasuki babak baru. Perkembangan teknologi yang semakin canggih mempermudah dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan banyak orang sekalipun dalam jangkauan yang jauh. Hal ini membuat media sosial diminati oleh banyak orang.

Media sosial sebagai teknologi informasi adalah perangkat keras dengan sifat organisatoris (ahli dalam mengorganisasi) dan meneruskan nilai sosial dengan khalayak atau individu yang dikumpulkan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa teknologi informasi secara efektif membuat proses komunikasi, khususnya dalam menembus ruang dan waktu (Deni, 2012). Ada banyak beragam media aplikasi yang dapat digunakan untuk bertukar informasi, salah satu diantaranya adalah Instagram.

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan untuk bertukar informasi antar individu atau kelompok yang memiliki banyak fitur di dalamnya. Fitur-fitur yang ada dalam aplikasi Instagram yakni fitur Profil dan Bio, fitur unggah foto dan video, fitur *stories*, fitur *caption*, fitur komentar, fitur hashtag, fitur *like*, fitur *activity*, fitur *direct message* (DM), fitur *geotagging* (Tag

Lokasi), dan terakhir ada fitur *story archive*. Dari banyaknya fitur tersebut membuat Instagram sangat cocok untuk dijadikan sebagai media berkomunikasi, diantaranya media *online shop*, hiburan, akun resmi perusahaan jasa, dan dakwah.

Ketertarikan peneliti terhadap akun Instagram @pp.alihyaulumaddin berangkat dari pengamatan awal bahwa akun ini menyajikan konten-konten dakwah yang tidak hanya informatif, tetapi juga memiliki ciri khas visual dan gaya penyampaian yang unik. Dalam lanskap media dakwah digital, akun ini menonjol karena konsistensinya dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman melalui pendekatan yang menarik, ringan, dan mudah dipahami oleh pengguna media sosial, terutama kalangan muda. Selain itu, pada saat penelitian ini dilakukan, akun @pp.alihyaulumaddin merupakan salah satu akun Instagram pesantren dengan jumlah pengikut terbanyak di Kabupaten Cilacap jika dibandingkan dengan akun-akun pesantren lainnya di wilayah yang sama.

Kenyataan ini menunjukkan bahwa akun tersebut telah memiliki daya tarik tersendiri di mata publik, namun belum banyak diketahui bagaimana strategi pengelolaan konten dan komunikasi yang digunakan oleh tim pengelola akun dalam membentuk citra dan pesan dakwah mereka. Karakteristik visual, gaya bahasa, serta interaksi dengan pengikut yang cukup aktif menjadikan akun ini

menarik untuk diteliti lebih lanjut, terutama dari perspektif komunikasi dakwah dan manajemen media sosial.

Instagram sebagai media dakwah dilakukan oleh banyak kalangan individu atau lembaga, salah satunya Pondok Pesantren Al Ihya ‘Ulumaddin Kesugihan Cilacap. Pondok Pesantren Al Ihya ‘Ulumaddin sebagai institusi pendidikan Islam, memiliki potensi besar untuk memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah yang efektif. Dengan pengelolaan yang aktif di media sosial, pesantren dapat menjangkau audiens yang lebih luas dengan menyampaikan nilai-nilai Islam, informasi kegiatan, serta mengedukasi masyarakat tentang ajaran agama dengan cara yang menarik dan interaktif (Damayanti, 2022). Pada Pondok Pesantren Al Ihya ‘Ulumaddin, Instagram dikelola oleh sekelompok santri yang di rekrut langsung oleh Ihya media. Ihya media memiliki struktur dan divisi di dalamnya yang mempermudah dalam pengelolaan media sosial Pondok Pesantren.

Pemanfaatan Instagram yang baik tentu didasarkan pada sistem pengelolaan yang terstruktur dan sistematis. Regina Luttrell dalam bukunya *How to Engage, Share and Connect* menjelaskan tentang konsep yang tepat dalam mengelola media sosial, khususnya Instagram. Dalam bukunya, Luttrell memaparkan bahwa setidaknya ada empat aspek yang perlu dilakukan dalam manajemen media sosial. Di antaranya adalah *Share, Optimize, Manage* dan *Engage*. Asumsi dasar dari teori ini adalah ketika

seseorang membagikan sesuatu di media sosial, maka mereka bisa mengoptimalkan, mengelola dan ikut terlibat secara bersamaan.

Pengkajian teori dari Luttrell sangat relevan jika diterapkan pada platform Instagram. Hal tersebut dikarenakan di antara platform media sosial lainnya seperti facebook, twitter, dan youtube, Instagram adalah media sosial yang memiliki *engagement rate* yang tinggi dibandingkan yang lainnya.

Setelah peneliti melakukan observasi singkat, angka *engagement rate* dari akun Instagram @pp.alihyaulumaddin tidak sebanding dengan jumlah followers yang mereka miliki, hal ini menjadi masalah yang belum diketahui sehingga penting untuk diteliti terkait bagaimana pengelolaan akun Instagram yang dilakukan oleh tim admin akun @pp.alihyaulumaddin dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah mereka. Sehingga penelitian ini dapat menjadi acuan dan wawasan baru bagi komunitas atau lembaga dakwah lain yang juga mengelola Instagram sebagai media dakwah mereka.

Pada beberapa penelitian sebelumnya yang telah dilakukan, ada banyak penelitian yang menggunakan teori yang sama yaitu *Circular Model of SOME*, akan tetapi subjek penelitian kebanyakan dari akun Instagram yang berada di bawah lembaga pemerintahan berupa birokrasi atau institusi, serta akun berbasis profit dan bisnis. Sebelumnya belum ada penelitian yang terkait

dengan teori ini dan mengkaji akun dakwah, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan kajian tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengelolaan Instagram @pp.alihyaulumaddin sebagai strategi komunikasi dakwah. Dalam hal ini peneliti mengangkat judul skripsi, yaitu: Analisis Pengelolaan Instagram @pp.alihyaulumaddin Sebagai Media Dakwah Pondok Pesantren Al Ihya `Ulumaddin Kesugihan Cilacap.

B. Definisi Operasional

1. Analisis

Analisis adalah proses sistematis untuk memecah suatu objek atau fenomena menjadi bagian-bagian yang lebih kecil, guna memahami strukturnya, fungsi, dan hubungannya. Dalam konteks penelitian, analisis digunakan untuk mengevaluasi data atau informasi untuk menarik kesimpulan, mengidentifikasi pola, dan memberikan rekomendasi. Analisis dapat dilakukan dengan berbagai metode, termasuk analisis kuantitatif, yang berfokus pada data numerik, dan analisis kualitatif, yang mengeksplorasi makna dan konteks di balik data (Creswell, 2017).

Dalam kajian media sosial, analisis seringkali melibatkan pengumpulan dan evaluasi data terkait interaksi

pengguna, efektivitas konten, serta dampak dari strategi yang diterapkan. Proses ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang berguna bagi pengambilan keputusan dan perbaikan strategi di masa depan (Maulidasari, 2019).

Dalam konteks "Analisis Pengelolaan Instagram @pp.alihyaulumaddin sebagai Media Dakwah Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin" dapat didefinisikan sebagai proses sistematis untuk mengevaluasi dan menilai berbagai aspek yang berkaitan dengan pengelolaan akun Instagram pesantren.

2. Instagram

Instagram berasal dari kata, “Insta” atau kata Instan, yang memiliki makna jika Instagram ini menampilkan foto-foto secara instan layaknya polaroid. Dan dari kata “Gram” diambil dari kata “Telegram” yaitu cara kerja dalam mendistribusikan informasi kepada orang lain dengan cepat, sehingga istilah “Instagram” merujuk ke kata “Instan-Telegram” (Sidiq, 2017).

Menurut Bambang, Instagram merupakan aplikasi di Smartphone yang dikhususkan untuk ranah media sosial, dimana termasuk ke dalam Situs Jejaring Sosial yaitu aplikasi yang memberikan izin kepada penggunanya untuk terhubung dengan membuat informasi pribadi, sehingga dapat terhubung

dengan pihak lain. Informasi pribadi berbentuk foto-foto atau video. Instagram merupakan salah satu dari media digital yang berfungsi hampir mirip dengan twitter, akan tetapi yang membedakan adalah terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya (Sidiq, 2017).

Terdapat lima menu utama di Instagram yang semuanya terletak di bagian bawah. Menu tersebut antara lain *Home Page, Comments, Explore, Profil, Stories*. Ada juga fitur lain yang bisa digunakan di instagram, antara lain yaitu *Captions, Hashtag, Lokasi Fitur, Follow, Like, Mentions* (Kusani, 2017).

3. Pengelolaan Instagram

Pengelolaan Instagram adalah serangkaian aktivitas yang direncanakan dan dilaksanakan untuk mengoptimalkan penggunaan akun Instagram dalam mencapai tujuan komunikasi dan interaksi dengan audiens. Pengelolaan ini mencakup perencanaan konten, produksi dan publikasi konten, interaksi dengan pengikut, analisis kinerja, serta pengembangan strategi pemasaran. Tujuan utama dari pengelolaan Instagram adalah untuk membangun hubungan yang kuat dengan audiens, meningkatkan kesadaran merek,

dan menyampaikan pesan yang relevan secara efektif (Tuten, 2017).

Pengelolaan Instagram yang efektif melibatkan pemahaman tentang audiens, pemilihan jenis konten yang sesuai, serta pemanfaatan fitur-fitur platform untuk memaksimalkan *engagement*. Dengan demikian, pengelolaan yang baik dapat membantu organisasi atau individu dalam mencapai tujuan mereka, baik itu dalam konteks bisnis, edukasi, maupun dakwah (Tuten, 2017).

4. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas. Media ini mencakup berbagai bentuk komunikasi, baik konvensional maupun digital, yang bertujuan untuk mendidik, menginformasikan, dan memotivasi audiens dalam konteks agama. Media dakwah dapat berbentuk buku, majalah, radio, televisi, serta platform digital seperti media sosial, termasuk Instagram, YouTube, dan blog. Dengan pemanfaatan media yang tepat, dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan (Zainuddin, 2018).

Media dakwah berfungsi tidak hanya sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai medium interaktif yang memungkinkan dialog antara pengirim pesan dan audiens. Ini menjadi penting dalam menciptakan pemahaman yang lebih dalam mengenai ajaran Islam serta mendorong penerapan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari (Ibrahim, 2020).

5. Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin Kesugihan Cilacap

Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin Kesugihan Cilacap adalah lembaga pendidikan Islam tradisional yang didirikan pada tahun 1924 di Kesugihan, Cilacap. Pesantren ini berfungsi sebagai pusat pendidikan agama, pembentukan karakter, dan dakwah Islam, dengan tujuan utama mendidik santri dalam ilmu agama berdasarkan ajaran Islam, serta membentuk pribadi yang berakhlak mulia. Pesantren ini mengelola berbagai kegiatan pendidikan, baik formal maupun non-formal, dan aktif berperan dalam pemberdayaan masyarakat melalui dakwah dan kegiatan sosial. Di bawah pimpinan Kiai dan ustadz, Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin juga mengembangkan berbagai program inovatif, termasuk pengelolaan media, seperti Ihya Media, untuk

menyebarkan nilai-nilai keagamaan dan pendidikan secara lebih luas.

Dengan memahami definisi operasional ini diharapkan dapat diperoleh wawasan yang mendalam tentang bagaimana pengelolaan Instagram dapat dioptimalkan untuk mencapai tujuan dakwah di Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin.

C. Rumusan/Fokus Masalah

Dari latar belakang tersebut, penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa yang melatarbelakangi Instagram @pp.alihyaulumaddin sebagai media dakwah Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin?
2. Bagaimana pengelolaan Instagram @pp.alihyaulumaddin sebagai media dakwah Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan pada penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui latar belakang penggunaan Instagram @pp.alihyaulumaddin sebagai media dakwah Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin.

2. Untuk mengetahui bagaimana pengelolaan Instagram @pp.alihyaulumaddin sebagai media dakwah Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang media dakwah, khususnya dalam konteks penggunaan media sosial. Dengan menganalisis pengelolaan Instagram sebagai alat dakwah, penelitian ini dapat memberikan perspektif baru tentang strategi dakwah yang efektif di era digital.
 - b. Hasil penelitian dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan model komunikasi digital yang relevan dengan konteks dakwah. Hal ini dapat digunakan oleh peneliti lain untuk memahami dinamika komunikasi antara pesantren dan audiens di platform media sosial.
2. Manfaat Praktis
 - a. Manfaat bagi penulis adalah menambah wawasan atau pengetahuan mengenai dakwah yang dilakukan melalui media sosial terutama Instagram. Selain itu juga menambah pengetahuan tentang etnografi virtual sebagai

suatu metode untuk lebih memahami proses kerja komunikasi media di sosial dalam hal ini yaitu berdakwah.

- b. Peneliti ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pengguna Instagram atau pendakwah lain yang ingin memanfaatkan akunnya sebagai media dakwah Islam. Selai itu dapat menjadi bahan kajian atau pemikiran lebih lanjut tentang perkembangan media dakwah dan etnografi virtual.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan ini digunakan untuk memberikan gambaran secara umum terkait hasil penelitian, serta mempermudah penyusun dan juga pembaca dalam mencari informasi terkait dengan hasil penelitian. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Meliputi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Meliputi kajian tinjauan tentang pengertian media dakwah, kajian tentang Instagram, dan kajian tentang

Instagram sebagai media dakwah, Penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

BAB III : Metode Penelitian

Memuat mengenai beberapa langkah metode penelitian yang digunakan peneliti, berisi tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Memuat deskripsi hasil penelitian dan analisis mengenai manajemen pengelolaan Ihya Media di Pondok Pesantren Al Ihya 'Ulumaddin Kesugihan Cilacap.

BAB V : Penutup

Meliputi kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang dijadikan sebagai penutup di dalam penelitian ini.