

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA
PENYIARAN DAKWAH BAGI MAHASANTRI DI PONDOK PESANTREN
SABILURROSYAD GASEK MALANG**

SKRIPSI

OLEH

ANNISA NURIL FARADISA

NIM. 210101110139



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

MALANG

2025

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA
PENYIARAN DAKWAH BAGI MAHASANTRI DI PONDOK PESANTREN
SABILURROSYAD GASEK MALANG**

SKRIPSI

OLEH

ANNISA NURIL FARADISA

NIM. 210101110139



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2025

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA
PENYIARAN DAKWAH BAGI MAHASANTRI DI PONDOK PESANTREN
SABILURROSYAD GASEK MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

OLEH

Annisa Nuril Faradisa

NIM. 210101110139



PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM

FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

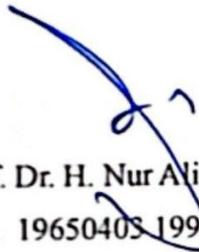
2025

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Penyiaran Dakwah Bagi Mahasantri Di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang” oleh Annisa Nuril Faradisa ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan ke sidang ujian skripsi.

Pembimbing



Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd
NIP. 19650403 199803 1 002

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Mujtamid, M. Ag
NIP. 19750105 200501 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Penyiaran Dakwah bagi Mahasantri di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang” oleh Annisa Nuril Faradisa ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 21 Mei 2025

Dewan Penguji



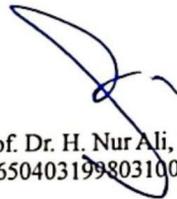
Dr. H. Zeid B. Smeer, Lc, M.A
196703152000031002

(Ketua)
Penguji Utama



Prof. Dr. H. Baharuddin, M.Pd.I
195612311983031032

Penguji



Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd
196504031998031002

Sekretaris

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan



Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd
NIP. 196504031998031002

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Annisa Nuril Faradisa
NIM : 210101110139
Program Studi : Pendidikan Agama Islam
Judul Skripsi : Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Penyiaran Dakwah bagi Mahasantri di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang

menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri, bukan plagiasi dari karya yang telah ditulis atau diterbitkan orang lain. Adapun pendapat atau temuan orang lain dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk sesuai kode etik penulisan karya ilmiah dan dicantumkan dalam daftar rujukan. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi ini terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya sendiri Bersiap untuk diproses sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa adanya paksaan pihak manapun.

Malang, 09 Mei 2025

Hormat Saya,



Annisa Nuril Faradisa

210101110139

LEMBAR MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.”¹

QS.Ar-Rad 11

¹ Departemen Agama R.I, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (CV. Pustaka Agung Harapan, 2006), hlm. 250.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar. Shalawat serta salam senantiasa dipersembahkan kepada Nabi Muhammad SAW, pembawa risalah kebenaran, yang menjadi suri teladan bagi seluruh umat, termasuk penulis pribadi.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan, arahan, dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung. Sebagai bentuk penghormatan dan rasa syukur, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Abah Lisdyanto dan Umi Siti Hotimah tercinta, Terima kasih untuk segala doa, dukungan, dan pengorbanan yang tak pernah henti sejak awal. Semoga Abah dan Umi bangga atas pencapaian ini. Tanpa Abah dan Umi, mungkin saya tidak akan pernah bisa duduk di bangku kuliah, apalagi menyelesaikan skripsi ini. Abah dan Umi selalu melakukan yang bahkan saat saya sempat ragu dan lelah, hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dan mendapat gelar sarjana pertama dalam keluarga ini. Keringat dan lelah kalian jadi penyemangat saya untuk terus maju. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari langkah-langkah kebaikan selanjutnya, dan semoga suatu hari nanti saya bisa membuat Abah dan Umi lebih bahagia dan bangga lagi. Terima kasih karena selalu percaya, mendoakan, dan tidak pernah menyerah dalam mendampingi saya sampai di titik ini. Semuanya untuk Abah dan Umi, dari hati yang paling dalam. Dengan rendah hati, saya persembahkan gelar ini sebagai bentuk cinta dan terima kasih yang takkan pernah cukup terucap.
2. Segenap keluarga besar penulis, semoga senantiasa diberikan kesehatan, rezeki yang melimpah, dan selalu dimudahkan urusannya.

3. Seluruh teman-teman PAI Angkatan 2021, khususnya teman-teman yang pernah sekelas dengan saya, terima kasih atas pengalaman dan kenangan yang telah diberikan sampai 7 semester ini, tak terasa waktu begitu cepat, semoga kita dipertemukan lagi dilain waktu.
4. Kepada seluruh teman saya, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas semua dukungan dan bantuan yang telah kalian berikan. Terima kasih sudah ikut berkontribusi dalam proses penyelesaian skripsi ini, selalu ada di saat susah maupun senang, dan tidak pernah keberatan saat saya merepotkan kalian dalam banyak hal. Kebersamaan dan bantuan kalian sangat berarti, dan menjadi bagian penting dari perjalanan ini. Semoga kebaikan kalian dibalas dengan keberkahan dan kesuksesan di masa depan.
5. Kepada seseorang yang namanya tidak bisa saya sebutkan, yang tak kalah penting kehadirannya, Terima kasih atas kehadiranmu di setiap fase perjalanan ini. Terima kasih sudah menjadi support system terbaik setiap saya ingin menyerah, menjadi tempat bercerita, tempat bersandar saat lelah, selalu meluangkan waktunya setiap saat. Kehadiranmu memberikan warna dalam proses yang penuh tantangan ini, membantu saya tetap kuat dan tidak menyerah. Semoga segala kebaikan yang pernah kamu lakukan dibalas dengan kebahagiaan yang tidak pernah putus. Doa baikku selalu menyertaimu, dalam diam yang penuh harap.
6. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan selama menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam senantiasa dipersembahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan dan membimbing umat islam dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Agama Islam. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M. A selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang beserta seluruh staff.
2. Prof. Dr. H. Nur Ali, M. Pd selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi dengan penuh kesabaran dan ketulusan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Mujtahid, M. Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Agama Islam UIN Maulana Malik Ibrahim Malang beserta seluruh dosen Program Studi Pendidikan Agama Islam.
4. Dosen wali Bapak Dr. Muhammad Amin Nur, M.A yang telah mendidik, membimbing dan memberi arahan saya dalam menyusun skripsi ini. Saya ucapkan terima kasih banyak atas apa yang sudah bapak ajarkan kepada

saya. Semoga Allah membalas kebaikan bapak, dan semoga selalu dipermudah segala urusannya.

5. Seluruh dosen di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah membagikan ilmu pengetahuannya dengan penuh keikhlasan dan kesabaran selama masa perkuliahan.
6. Segenap guru yang pernah saya temui, dari bangku TK hingga bangku perkuliahan, terima kasih atas ilmu, bimbingan, dan kesabaran yang telah kalian berikan sepanjang perjalanan belajar saya. Semoga segala ilmu yang telah kalian berikan menjadi amal jariyah yang terus mengalir, dan semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan dengan pahala yang tiada henti.
7. Kepada Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang, yang telah memberikan persetujuan untuk pelaksanaan penelitian di tempat tersebut dan membantu selama proses penelitian berlangsung.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan oleh berbagai pihak dibalas dengan pahala yang berlipat oleh Allah. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan serta kritik yang bersifat membangun dari para pembaca agar penelitian ini dapat terus disempurnakan di masa mendatang. Penulis juga berharap agar hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi kalangan luas.

Malang, 09 Mei 2025

Annisa Nuril Faradisa

210101110139

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Dalam penelitian transliterasi Arab-Latin pada skripsi ini, peneliti menggunakan pedoman yang merujuk pada ketentuan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, yaitu Surat Keputusan Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543 b/U/1987. Secara umum, pedoman tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Huruf

ا	=	a	ز	=	z	ق	=	q
ب	=	b	س	=	s	ك	=	k
ت	=	t	ش	=	sy	ل	=	l
ث	=	ts	ص	=	sh	م	=	m
ج	=	j	ض	=	dh	ن	=	n
ح	=	h	ط	=	th	و	=	w
خ	=	kh	ظ	=	zh	هـ	=	h
د	=	d	ع	=	'	ء	=	'
ذ	=	dz	غ	=	gh	ي	=	y
ر	=	r	ف	=	f			

B. Vokal Panjang

Vokal (a) panjang = â

Vokal (i) panjang = î

Vokal (u) panjang = û

C. Vokal Diftong

أو = aw

أي = ay

أو = û

إي = î

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	v
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
LEMBAR MOTTO.....	viii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT	xxii
الملخص	xxiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Orisinalitas Penelitian.....	8
F. Definisi Istilah	14
G. Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
A. Kajian Teori	18
1. Konsep Dakwah	18
2. Definisi Media Sosial dan Dakwah	26
3. Strategi Dakwah Digital	29
4. Konten Dakwah	33
5. Tantangan dalam Dakwah Digital	36
B. Kerangka Berfikir	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
B. Lokasi Penelitian	41

C. Kehadiran Peneliti	41
D. Subjek Penelitian	42
E. Data dan Sumber Data	42
F. Instrumen Penelitian	43
G. Teknik Pengumpulan Data	43
H. Pengecekan Keabsahan Data	45
I. Analisis Data.....	47
J. Prosedur Penelitian	49
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN	51
A. Paparan Data.....	51
1. Sejarah Pondok Pesantren Sabilurrosyad	51
2. Profil Pondok Pesantren Sabilurrosyad	54
3. Sejarah Terbentuknya Akun Instagram @Ngaos_Abah	56
4. Struktur Tim Pengelola Media Dakwah.	58
B. Hasil Penelitian.....	60
1. Latar Belakang Penggunaan Instagram sebagai Sarana Penyiaran Dakwah	60
2. Strategi Dakwah Melalui Instagram.....	67
3. Jenis Konten Dakwah dan Respon Audiens.....	76

BAB V PEMBAHASAN	87
A. Latar Belakang Penggunaan Instagram sebagai Sarana Penyiaran Dakwah	87
B. Strategi Dakwah Melalui Instagram	99
C. Jenis Konten Dakwah dan Respon Audiens	106
BAB VI PENUTUP	120
A. Kesimpulan	120
B. Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	124
DAFTAR LAMPIRAN	134
BIODATA MAHASISWA	152

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Orisinalitas Penelitian.....	12
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 2. 2: Struktur Tim Pengelola Media Dakwah	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Izin Survey	134
Lampiran 2: Surat Izin Penelitian	135
Lampiran 3: Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	136
Lampiran 4: Pedoman Wawancara	137
Lampiran 5: Lembar Wawancara.....	138
Lampiran 6: Dokumentasi.....	147
Lampiran 7: Jurnal Bimbingan.....	150
Lampiran 8: Sertifikat Bebas Plagiasi.....	151

ABSTRAK

Faradisa, Annisa Nuril.2025 *Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Penyiaran Dakwah bagi Mahasantri di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang*, Skripsi, Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing Skripsi: Prof. Dr. H. Nur Ali, M. Pd

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Dakwah, Mahasantri, Pondok Pesantren

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam cara berdakwah, termasuk di lingkungan pesantren. Mahasantri Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada masyarakat luas. Penelitian ini mengangkat permasalahan mengenai bagaimana penggunaan Instagram dalam kegiatan dakwah oleh mahasantri, strategi yang digunakan, serta jenis konten yang disajikan dan respon audiens terhadapnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa cara berdakwah mulai bergeser dari metode tradisional ke arah digital yang lebih mudah dipahami, lebih menarik, dan bisa menjangkau berbagai kalangan, terutama kalangan muda.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap aktivitas dakwah mahasantri di Instagram. Penelitian difokuskan pada aktivitas dakwah melalui akun-akun Instagram yang dikelola oleh mahasantri, dengan menganalisis strategi penyampaian, pemanfaatan fitur Instagram, dan keterlibatan audiens.

Hasil penelitian yang dilakukan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad menunjukkan bahwa: 1) Penggunaan Instagram sebagai media dakwah oleh mahasantri Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang dilatarbelakangi oleh kebutuhan mengikuti perkembangan teknologi dan menjangkau generasi muda secara visual dan interaktif. 2) Strategi dakwah dilakukan secara kreatif dan terstruktur dengan membentuk tim khusus (konten, desain, video editing, dan pengelola akun). Pemilihan tema yang relevan, dengan menggunakan bahasa ringan namun berbobot, serta memanfaatkan fitur Instagram seperti Reels, Stories, dan Live secara konsisten. 3) jenis konten dakwah yang diunggah meliputi video “Ngaos Satu Menit”, kutipan teks, ayat dan hadist, serta cuplikan kajian KH. Marzuqi Mustamar. Konten disusun secara menarik dan mudah dipahami, dengan respons audiens yang positif ditandai oleh tingginya interaksi.

ABSTRACT

Faradisa, Annisa Nuril.2025 *The Use of Instagram Social Media as a Means of Broadcasting Da'wah for Mahasantri in Sabilurrosyad boarding school Gasek Malang*, Thesis, Islamic Religious Education Study Program, Faculty of Tarbiyah and Keguruan Sciences, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Thesis Supervisor: Prof. Dr. H. Nur Ali, M. Pd

Keywords: Social Media, Instagram, Da'wah, Mahasantri, Boarding School

The development of digital technology has encouraged changes in the way of preaching, including in the pesantren environment. Students of Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang utilize Instagram social media as a means to convey Islamic messages to the wider community. This research raises the issue of how the use of Instagram in da'wah activities by mahasantri, the strategies used, as well as the type of content presented and the audience's response to it. This condition shows that the way of preaching has begun to shift from traditional methods to digital methods that are easier to understand, more interesting, and can reach various groups, especially young people.

The approach used in this research is descriptive qualitative. Data were obtained through interview techniques, observation, and documentation of mahasantri's da'wah activities on Instagram. The research focused on da'wah activities through Instagram accounts managed by mahasantri, by analyzing delivery strategies, utilization of Instagram features, and audience engagement.

The results of research conducted at Sabilurrosyad Islamic Boarding School show that: 1) The use of Instagram as a medium of da'wah by mahasantri Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang is motivated by the need to keep up with technological developments and reach the younger generation visually and interactively. 2) The da'wah strategy is carried out creatively and structured by forming a special team (content, design, video editing, and account manager). Selection of relevant themes, using light but weighty language, and utilizing Instagram features such as Reels, Stories, and Live consistently. 3) The types of uploaded da'wah content include “Ngaos Satu Menit” videos, text quotations, verses and hadiths, and excerpts of KH. Marzuqi Mustamar's studies. The content is organized in an interesting and easy-to-understand manner, with a positive audience response marked by high interaction.

الملخص

فراديسا، أنيسة نوريل. 2025 استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على إنستغرام كوسيلة لبث الدعوة إلى الله في بوندوك بيسانترين سايلوروسيا غاسيك مالانج، أطروحة، برنامج دراسة التربية الدينية الإسلامية، كلية التربية وعلوم الكيجوروان، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف على الرسالة: الأستاذ الدكتور نور علي، ماجستير تربية

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، إنستغرام، الدعوة، المحسنترى، المدرسة الداخلية

شجع تطور التكنولوجيا الرقمية على إحداث تغييرات في طريقة الوعظ، بما في ذلك في بيئة البيزانتريين. ويستخدم طلاب بوندوك بيسانترين سايلوروسيا غاسيك مالانج وسائل التواصل الاجتماعي على إنستغرام كوسيلة لنقل الرسائل الإسلامية إلى المجتمع الأوسع. ويثير هذا البحث مسألة كيفية استخدام إنستغرام في الأنشطة الدعوية من قبل الدعاة والاستراتيجيات المستخدمة، وكذلك نوع المحتوى المقدم واستجابة الجمهور له. وتظهر هذه الحالة أن طريقة الدعوة بدأت تتحول من الأساليب التقليدية إلى الأساليب الرقمية التي يسهل فهمها. وأكثر تشويقًا ويمكنها الوصول إلى مختلف الفئات وخاصة الشباب

المنهج المستخدم في هذا البحث هو المنهج الوصفي النوعي. وقد تم الحصول على البيانات من خلال تقنيات المقابلة والملاحظة وتوثيق الأنشطة الدعوية التي يقوم بها المحسنترى على إنستغرام. وقد ركز البحث على الأنشطة الدعوية من خلال حسابات إنستغرام التي يديرها المحسنترى من خلال تحليل استراتيجيات التوصيل واستخدام خصائص إنستغرام ومشاركة الجمهور

أظهرت نتائج البحث الذي أجري في مدرسة سايلوروسيا الإسلامية الداخلية أن 1 (إن استخدام إنستغرام كوسيلة للدعوة من قبل مدرسة بوندوك بيسانترين سايلوروسيا غاسيك مالانج الإسلامية الداخلية الإسلامية مدفوع بالحاجة إلى مواكبة التطورات التكنولوجية والوصول إلى جيل الشباب بصريًا وتفاعليًا. 2 (يتم تنفيذ استراتيجية الدعوة بشكل إبداعي ومنظم من خلال تشكيل فريق عمل خاص) المحتوى والتصميم وتحرير الفيديو ومدير الحساب. (اختيار الموضوعات ذات الصلة، واستخدام لغة خفيفة ولكن ذات ثقل، والاستفادة من ميزات إنستغرام مثل البكرات والقصص والبث المباشر باستمرار. 3 (تشمل أنواع المحتوى الدعوي الذي يتم تحميله مقاطع فيديو "نقاوس ساتو مينيت"، والاقتراسات النصية، والآيات والأحاديث، ومقتطفات من دراسات خ. مرزوقي مستمر، كما يتم تحميل مقاطع فيديو من دراسات خ. وقد تم ترتيب المحتوى بطريقة شيقة وسهلة الفهم، مع استجابة إيجابية من الجمهور تتسم بالتفاعل الكبير

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era digital saat ini, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran dakwah Islam. Platform media sosial, terutama instagram, saat ini banyak diminati oleh generasi muda karena kemudahan aksesnya dan kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan teman maupun orang lain di seluruh dunia, membentuk lingkungan komunitas yang dinamis dan menarik. Instagram menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi konten visual seperti foto, video, dan cerita, yang dapat menjangkau audiens secara luas dan efektif. Di instagram, orang yang menggunakan platform tersebut lebih dari satu miliar pengguna yang aktif setiap bulannya. Oleh karena itu, instagram menjadi platform yang ideal untuk berdakwah karena memungkinkan penyampaian informasi secara cepat dan dapat berinteraksi langsung dengan audiens.

Dakwah dalam bahasa Arab berasal dari kata “*da’â*” yang merupakan bentuk fi’il madhi. Bentuk fi’il mudhari’-nya adalah “*yad’û*” dan dalam bentuk masdar disebut “*da’watan*” yang berarti menyeru, mengajak, memanggil, mengundang, atau menjamu.² Dakwah dapat diartikan sebagai segala upaya untuk

² Novri Hardian, ‘Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur’an Dan Hadits’, Al Hikmah Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komenikasi, 5.1 (2018), hlm. 42.

menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat di berbagai aspek kehidupan, dengan tujuan meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat. Dengan kata lain, dakwah mencakup semua tindakan yang dilakukan oleh umat Islam secara sadar dan sengaja dengan penuh tanggung jawab dan akhlak yang baik agar mereka dapat mencapai kebahagiaan baik di masa kini maupun di masa mendatang.³

Salah satu kewajiban setiap muslim adalah berdakwah, yaitu menyebarkan ajaran Islam. Upaya ini harus dilakukan dengan kesadaran penuh dan memerlukan persiapan yang matang, termasuk pertimbangan metode, urutan langkah-langkah, dan sasaran yang ingin dicapai. Penting juga untuk memastikan bahwa sasaran dakwah sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada, agar proses berdakwah dapat berhasil dan berjalan dengan baik.⁴ Prinsip ini sejalan dengan nilai-nilai Islam yang menekankan bahwa proses belajar atau mencari ilmu dalam Islam adalah suatu kewajiban dan merupakan perintah dari Allah. Selain mewajibkan umat Islam untuk memperoleh pengetahuan, Allah juga memerintahkan agar mereka terus meningkatkan ilmu yang dimiliki.⁵

Melalui Pendidikan Agama Islam, setiap orang dapat membangun dasar yang kokoh untuk berupaya melakukan kebaikan. Karena itu, pendidik harus memiliki keterampilan serta kemampuan yang memadai dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk media sosial. Pendidik dapat

³ Hardian, hlm. 42.

⁴ Pirol Abdul, 'Komunikasi Dan Dakwah Islam', Deepublish, 2018, hlm. 1.

⁵ Mulyono, 'Kedudukan Ilmu Dan Belajar Dalam Islam', Jurnal Tadris, 4.2 (2009), hlm. 212.

memberikan peserta didik layanan berupa pengawasan, pengarahan, dan pengajaran yang memungkinkan peserta didik mengetahui materi secara menyeluruh. Selain itu, komunikasi dan kolaborasi antara pendidik dan orang tua sangatlah penting, agar tanggung jawab dalam pemantauan dan tindak lanjut dapat terlaksana dengan baik. Kerjasama yang positif antara pihak wali murid dan pihak sekolah bisa mempermudah memantau dan mengontrol cara peserta didik berinteraksi di media sosial. Oleh karena itu, penggunaan media sosial dapat diarahkan untuk tujuan positif dalam membentuk perilaku beragama. Selain itu, Pendidikan Agama Islam juga berperan penting dalam membentuk dasar moral dan etika, supaya media sosial bisa dimanfaatkan dengan cara yang lebih bijak dan efektif, terutama dalam menyebarkan dakwah. PAI tidak hanya fokus pada pengajaran norma dan ibadah, tetapi juga membantu mengembangkan kesadaran sosial dan keterampilan komunikasi yang relevan dengan perkembangan zaman.⁶

Dalam berdakwah, menjaga adab dan sopan santun sangatlah penting. PAI menekankan nilai akhlakul karimah yang harus diterapkan dalam kehidupan nyata maupun di media sosial. Melalui fitur Instagram seperti komentar, likes, dan pesan langsung, interaksi antara mahasantri dan audiens harus menunjukkan sikap sopan dan menghindari perpecahan. Selain itu, PAI juga mendorong kreativitas dan inovasi dalam menyampaikan ajaran Islam selama tetap sesuai syariat. Instagram

⁶ Dewi Immaniar Desrianti dkk, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Siswa Melalui Pendidikan Agama Islam', *Alphabet Jurnal Wawasan Agama Risalah Islamiah, Teknologi Dan Sosial (Al-Waarits)*, 1.1 (2021), hlm. 52.

menyediakan ruang bagi mahasantri untuk mengekspresikan kreativitas melalui konten visual, infografis, atau video dakwah, yang memungkinkan penyampaian pesan secara menarik bagi generasi muda. PAI juga membekali para santri dengan pemahaman tentang pentingnya dakwah sebagai kewajiban setiap Muslim untuk menyebarkan kebaikan dan menjauhi larangan, dan Instagram menjadi sarana strategis dalam menyampaikan pesan-pesan ini karena memiliki jangkauan luas dan mudah diakses kapan saja.

Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang menggabungkan pendidikan tradisional dan modern, di mana para mahasantri bukan hanya diberikan pemahaman agama, melainkan juga diarahkan untuk menggunakan teknologi dalam menyampaikan dakwah. Mahasantri di pesantren ini memanfaatkan Instagram karena platform tersebut relevan dengan gaya hidup generasi muda yang lebih aktif di dunia maya. Mereka menggunakan fitur seperti Instagram Stories, Feed, Live Streaming, dan Reels untuk memperkuat interaksi dengan audiens. Penelitian ini mengevaluasi latar belakang penggunaan Instagram oleh mahasantri, strategi dakwah yang digunakan, jenis konten yang disukai audiens, dan tantangan terhadap konten tersebut. Evaluasi ini bertujuan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas dakwah digital di masa depan.

Namun, penggunaan Instagram untuk dakwah juga menghadirkan tantangan dan dampak negatif akibat informasi di media sosial mengharuskan setiap pengguna untuk bersikap waspada dan berpikir kritis terhadap semua informasi yang beredar. Jika pengaruh negatif ini dibiarkan, lama-kelamaan dapat

merusak generasi yang akan datang.⁷ Maka dari itu, mahasantri harus mampu menyaring konten agar tetap sesuai syariat dan menghindari informasi yang menyesatkan, menjaga etika dalam berinteraksi untuk mencegah perdebatan yang tidak bermanfaat, serta terus mengembangkan kreativitas agar konten tetap menarik dan relevan. Salah satu jenis konten yang bermanfaat bagi pengguna media sosial adalah konten yang berkaitan dengan nilai-nilai keislaman.⁸

Penggabungan pembelajaran PAI dan pemanfaatan media sosial diharapkan membuat mahasantri Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang menjadi juru dakwah digital yang memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan gambaran yang menyeluruh tentang peran media sosial dalam dakwah serta saran untuk meningkatkan kualitas dakwah digital di kalangan mahasantri. Selain itu, peran PAI dalam mendorong etika dan kreativitas sangat krusial agar dakwah di media sosial tetap bernilai positif dan berkesinambungan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa latar belakang mahasantri tim media pengelola instagram menggunakan media Instagram sebagai sarana penyiaran dakwah?

⁷ Ratna Windari, 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pemahaman Keislaman Mahasiswa PAI Di IAIN Purwokerto' (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, 2020), hlm. 1.

⁸ Windari, hlm. 2.

2. Bagaimana strategi yang digunakan mahasantri tim media pengelola instagram dalam menyampaikan dakwah melalui media sosial Instagram?
3. Apa saja jenis konten dakwah yang diunggah oleh mahasantri tim media pengelola instagram dan bagaimana respons audiens terhadap konten tersebut?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui latar belakang mahasantri tim media pengelola instagram menggunakan media Instagram sebagai sarana dakwah.
2. Mendeskripsikan strategi-strategi yang digunakan oleh mahasantri tim media pengelola instagram dalam menyampaikan dakwah melalui Instagram.
3. Mengetahui jenis konten dakwah yang diunggah dan menganalisis respons audiens terhadap konten dakwah tersebut.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, terutama tentang bagaimana mahasantri dapat menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah yang efektif. Adapun manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua kategori utama, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pendidikan, khususnya mengenai penyiaran dakwah melalui media

sosial instagram, serta memberikan kontribusi terhadap literatur akademik yang dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Hasil penelitian ini bisa memberikan pengetahuan dan keilmuan sekaligus referensi berupa bacaan.

b. Bagi Madrasah

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan berharga bagi Pondok Pesantren Sabilurrosyad Malang dalam mengembangkan dan meningkatkan sarana dakwah.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian diharapkan ini dapat menunjukkan bagaimana Instagram dapat digunakan secara efektif dalam studi dakwah, memberikan kontribusi penting dalam pemahaman mengenai peran media sosial dalam dakwah, serta menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut di masa depan.

d. Bagi Pengembang

Hasil penelitian ini dapat memenuhi kebutuhan khusus pengguna dalam bidang dakwah, mendorong inovasi solusi, dan berkontribusi pada pengembangan teknologi yang mendukung komunikasi serta penyampaian pesan keagamaan.

E. Orisinalitas Penelitian

Dalam penelitian mengenai “Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Penyiaran Dakwah bagi Mahasantri di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang”, penting untuk meninjau penelitian sebelumnya untuk mendapatkan wawasan, membangun dasar teoretis. Untuk menegaskan orisinalitas penelitian ini, berikut adalah perbandingan dengan beberapa studi terdahulu:

1. Penelitian dari Yosieana Duli Deslima (2018) skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Uin Raden Intan Lampung”. Dari hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa Instagram dapat dikatakan efektif sebagai media dakwah, jika digunakan dengan baik sesuai syariat Islam. Secara keseluruhan dakwah di Instagram yang merupakan dakwah milenial mampu menciptakan dakwah yang inovatif yang mampu menarik perhatian followers untuk membagikan ke media sosial yang mereka miliki. Perbedaan skripsi ini dengan penelitian sebelumnya yaitu, skripsi ini menggunakan objek penelitian dipondok pesantren sabilurrrayad gasek malang, sedangkan penelitian ini menggunakan objek Uin Raden Intan Lampung. Persamaan penelitian tersebut dengan skripsi ini, yaitu sama-sama meneliti terkait media sosial Instagram.⁹
2. Penelitian dari Dian Nurvita Sari dan Abdul Basit (2020) jurnal yang berjudul “Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting”. Hasil

⁹ Yosieana Duli Deslima, ‘Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung’, AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 2020, hlm. 3, doi:10.21043/at-tabsyir.v7i1.7151.

penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana edukasi, khususnya dalam pembelajaran parenting oleh pengikut akun Instagram @parentalk.id, menghasilkan respons berupa kognitif (informasi), afektif (emosi), dan perilaku (tindakan). Respons ini tercermin dalam cara mereka mengakses, melihat, dan mencari informasi dari postingan akun @parentalk.id tentang parenting. Perbedaan skripsi ini dengan penelitian sebelumnya yaitu, skripsi ini menggunakan objek penelitian mahasiswa di Pondok Pesantren Sabilurrayad Gasek Malang, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan objek follower akun Instagram. Persamaan penelitian tersebut dengan skripsi ini, yaitu sama-sama meneliti terkait media sosial Instagram.¹⁰

3. Penelitian dari Chanifatuz Zahro (2021) skripsi yang berjudul “Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @Limproduction”. Berdasarkan hasil penelitiannya, disimpulkan bahwa pada level objek media terdapat berbagai model interaksi antara pengguna dan admin akun di kolom komentar, seperti berbagi pengalaman. Sedangkan pada level pengalaman media, hampir semua pengikut terlibat dalam menyelesaikan masalah, seperti fikih, yang relevan di kehidupan sehari-hari. Penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan studi pendahuluan tersebut. Persamaannya adalah terletak pada tema, yaitu media sosial Instagram,

¹⁰ Dian Nurvita Sari dan Abdul Basit, ‘Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting’, 2020, hlm. 1.

sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian, yaitu pondok pesantren Sabilurrosyad Malang.¹¹

4. Penelitian Zulfikar Ghazali (2017) jurnal dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Facebook sebagai Media Dakwah dalam Masyarakat Virtual”. Penelitian ini mengkaji bagaimana platform media sosial, khususnya Facebook, dimanfaatkan sebagai sarana dakwah dalam membangun komunikasi dan menyebarkan nilai-nilai Islam di kalangan masyarakat virtual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Facebook menjadi media yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah karena sifatnya yang interaktif dan jangkauannya yang luas. Memiliki kesamaan dengan penelitian ini dalam hal fokus pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah. Keduanya menyoroti bagaimana platform digital digunakan untuk menyampaikan pesan agama kepada audiens yang lebih luas. Perbedaannya terletak pada platform yang diteliti, di mana Ghazali berfokus pada Facebook dengan pendekatan masyarakat virtual secara umum, sedangkan penelitian ini berfokus pada Instagram dengan konteks spesifik mahasantri tim media pengelola instagram di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang, sehingga memberikan

¹¹ Chanifatuz Zahro, ‘Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @Limproduction’ (Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021), hlm. 1.

perspektif baru mengenai penggunaan media sosial berbasis visual dalam dakwah.¹²

5. Penelitian dari Febri Nurrahmi dan Puteri Farabuana (2020) jurnal yang berjudul “Efektifitas Dakwah melalui Instagram” Hasil pada penelitian ini, mengindikasikan bahwa penggunaan video sebagai strategi dakwah yang dibagikan melalui akun Pemuda Hijrah terbukti efektif dalam meningkatkan wawasan agama, memberikan motivasi, serta menginspirasi audiens untuk memperbaiki perilaku menjadi lebih religius. Persamaan penelitian saya dengan penelitian sebelumnya yakni sama-sama menggunakan Instagram sebagai platform untuk dakwah dan mengevaluasi efektivitasnya. Keduanya juga menilai dampak penggunaan Instagram terhadap audiens, baik dalam hal pemahaman agama, motivasi, atau perubahan perilaku. Namun, penelitian sebelumnya fokus terkait strategi dakwah yang memanfaatkan video yang diunggah melalui akun Pemuda Hijrah serta efektivitasnya dalam memperdalam pemahaman agama, memberikan inspirasi, dan memicu perubahan sikap ke arah yang lebih religius. Sementara itu, penelitian saya berfokus pada penggunaan Instagram sebagai sarana dakwah oleh mahasantri

¹² Ghazali Zulfikar, ‘Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah Dalam Masyarakat Virtual’, Jurnal Al-Muttaqin, 6.1 (2017), hlm. 1.

di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang, dengan mengeksplorasi variabel seperti frekuensi penggunaan, jenis konten, interaksi dengan audiens.¹³

Tabel 1. 1 Orisinalitas Penelitian

No	Judul, Nama dan Tahun Penelitian.	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1.	“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung” (Yosieana Duli Deslima, 2018).	Sama-sama meneliti penggunaan Instagram sebagai media dakwah.	Fokus pada mahasiswa di UIN Raden Intan Lampung.	Meneliti Strategi, Efektivitas, serta penggunaan Instagram sebagai media dakwah di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang.
2.	“Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting” (Dian Nurvita Sari dan Abdul Basit, 2020).	Sama-sama meneliti penggunaan Instagram sebagai media.	Fokus pada edukasi parenting dan audiens follower akun @parentalk.id.	
3.	“Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @Limproduction)” (Chanifatuz Zahro, 2021).	Sama-sama meneliti pada Instagram sebagai sarana dakwah.	Fokus terkait interaksi pengguna dan admin pada akun @Limproduction .	
4.	“Pemanfaatan Media Sosial Facebook sebagai Media Dakwah dalam Masyarakat	Sama-sama membahas pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah.	Berbeda pada platform yang digunakan, yaitu Facebook pada penelitian Ghazali dan	

¹³ Febri Nurrahmi dan Puteri Farabuana, ‘Efektifitas Dakwah Melalui Instagram’, NYIMAK; Journal of Communication, 4.1 (2020), hlm. 1–16.

	Virtual” (Zulfikar Ghazali 2017)		Instagram pada penelitian ini.	
5.	“Efektivitas Dakwah melalui Instagram” (Febri Nurrahmi, dan Puteri Farabuana, 2020).	Sama-sama meneliti efektivitas dakwah di Instagram.	Fokus pada strategi dakwah yang menggunakan video yang diunggah melalui akun Pemuda Hijrah.	

Dari kajian diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki orisinalitas yang terletak pada objek, lokasi, serta pendekatan yang digunakan. Penelitian ini secara khusus mengangkat pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah oleh mahasantri di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang, yang belum banyak dikaji dalam penelitian terdahulu. Jika penelitian sebelumnya umumnya berfokus pada mahasiswa perguruan tinggi, akun komunitas tertentu, atau platform selain Instagram, maka penelitian ini menawarkan kontribusi baru dalam konteks pondok pesantren sebagai institusi pendidikan tradisional Islam yang kini mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Selain itu, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini mencakup analisis terhadap strategi dakwah, efektivitas penyampaian pesan, serta keterlibatan mahasantri dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyiaran dakwah, sehingga memperkuat nilai kebaruan dan relevansi penelitian dengan kebutuhan dakwah di era digital.

F. Definisi Istilah

1. Media Sosial

Media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten serta berkomunikasi dengan orang lain. Contoh media sosial yang populer saat ini meliputi Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok, yang masing-masing memiliki peran penting dalam interaksi sosial dan penyebaran informasi.

2. Instagram

Instagram adalah platform media sosial berbasis gambar dan video yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto, video, dan stories, serta berinteraksi melalui komentar dan pesan langsung. Instagram juga dilengkapi dengan fitur seperti hashtag, tag, dan cerita untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan.

3. Dakwah

Dakwah adalah proses menyampaikan pesan atau ajaran agama Islam kepada orang lain dengan tujuan mengajarkan, menginspirasi, dan mendorong orang lain untuk mempelajari dan menerapkan ajaran agama.

4. Mahasantri

Mahasantri di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang adalah santri yang tidak hanya mendalami ilmu agama, tetapi juga diberi kesempatan untuk mengembangkan keterampilan sesuai perkembangan zaman, seperti pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan dakwah.

5. Pondok Pesantren

Pondok pesantren adalah lembaga pendidikan Islam tempat tinggal para santri, yang menekankan pada pendidikan akhlak dan pembelajaran agama berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis. Selain pembelajaran kitab klasik, kini banyak pesantren memanfaatkan media sosial sebagai alat dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

6. Sarana Penyiaran

Sarana penyiaran adalah alat atau media yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak. Dalam konteks ini, media sosial khususnya Instagram digunakan sebagai sarana penyiaran pesan dakwah kepada masyarakat luas.

Dari definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial, terutama Instagram, telah menjadi sarana yang relevan dan strategis dalam penyiaran dakwah di era digital. Mahasantri Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang memiliki peran penting dalam memanfaatkan platform ini untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman secara kreatif dan efektif. Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan juga turut bertransformasi dengan mengintegrasikan teknologi digital dalam proses dakwah guna menjangkau masyarakat yang lebih luas.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memahami topik yang dibahas secara menyeluruh, penulis akan membahas dengan rinci dalam struktur penulisan berikut ini:

BAB I: Pendahuluan

Menyajikan kerangka inti yang meliputi latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, orisinalitas penelitian, definisi istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II: Kajian Pustaka

Membahas lima aspek utama: (1) konsep dakwah, (2) hubungan antara media sosial dan dakwah, (3) strategi dakwah, (4) jenis konten dakwah, dan (5) tantangan yang dihadapi dalam dakwah digital.

BAB III: Metode Penelitian

Akan menjelaskan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, subjek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, serta prosedur analisis data. Penjelasan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana penelitian dilakukan agar hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan dan valid.

BAB IV: Paparan Data dan Hasil Penelitian

Bab ini berisi penyajian data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi di lapangan. Disusun secara sistematis agar sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V: Pembahasan

Bab ini membahas hasil penelitian dengan mengaitkannya pada teori yang telah dikaji di Bab 2. Tujuannya untuk menjawab rumusan masalah secara mendalam.

BAB VI: Penutup

Bab terakhir berisi kesimpulan dari hasil dan pembahasan, serta saran untuk pengembangan ke depan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Konsep Dakwah

a. Definisi Dakwah

Dakwah berasal dari kata dalam bahasa Arab “*da’wah*,” yang terdiri dari tiga huruf akar: dal, ‘ain, dan wawu. Ketiga huruf ini memiliki beragam makna, seperti mengajak, mengundang, meminta bantuan, memohon, mengajak datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, dan mendoakan.¹⁴ Menurut Faizah dan Lalu Muhsin Effendi, dakwah adalah usaha untuk menyebarkan, mengajarkan, dan menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.¹⁵ Dakwah yang sebelumnya dilakukan secara langsung melalui interaksi tatap muka kini semakin berkembang dengan kemajuan teknologi. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, dakwah dapat disampaikan melalui berbagai media dan cara yang disesuaikan dengan keadaan masyarakat. Dakwah tidak hanya disampaikan lewat pengajian, ceramah, khutbah ataupun peringatan hari besar islam, tidak hanya disampaikan di majelis ta’lim dan masjid, tetapi mencakup segala bentuk usaha yang dilakukan untuk menyebarkan nilai-nilai ajaran islam, baik melalui ucapan, tulisan, maupun perbuatan.

¹⁴ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah (kencana, 2004), hlm. 6.

¹⁵ Faizah dan Lalu Muhsin Effendi, Psikologi Dakwah (Kencana, 2009), hlm. 7.

Dakwah merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap muslim, sebagaimana terdapat dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah Rasulullah SAW, tugas dakwah mencakup: mengajak dan menyebarkan kepada masyarakat tentang agama islam.¹⁶

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَادِلْهُمْ بِلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ
ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

*Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.*¹⁷

Dalam Islam, teknologi tidak dianggap sebagai hal yang terlarang, meski di zaman Rasulullah SAW, teknologi masih belum berkembang seperti pada saat ini. Perkembangan teknologi memiliki peran yang signifikan dalam penyebaran dakwah, sehingga pesan-pesan dakwah dapat disampaikan secara efektif, diterima dengan mudah, dan dijangkau oleh lebih banyak orang. Dengan demikian, dakwah akan tetap relevan dan tidak terkesan ketinggalan zaman, serta dapat bersaing di tengah perubahan dan perkembangan dunia modern. Penggunaan teknologi menjadi alat strategis dalam menyampaikan dakwah agar dapat diterima dan bermanfaat bagi

¹⁶ Suparta Munzien dan Hefni Harjani, Metode Dakwah (Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 93.

¹⁷ Departemen Agama R.I, Al-Qur'an Dan Terjemahnya (CV. Pustaka Agung Harapan, 2006), hlm. 421.

masyarakat, terutama di zaman digital yang ditandai dengan kemajuan teknologi.

Peran media sosial dalam aktivitas dakwah saat ini semakin signifikan, terutama mengingat masyarakat, khususnya di Indonesia, semakin banyak yang menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial kini menjadi platform yang sangat efektif dan berpengaruh dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah, karena hampir setiap rumah sudah memiliki akses internet. Dengan perkembangan teknologi informasi yang pesat, banyak orang lebih memilih untuk mendapatkan informasi, hiburan, dan inspirasi melalui media sosial dibandingkan dengan media konvensional.¹⁸

Sebelumnya, media seperti televisi dan radio berperan besar dalam menyampaikan dakwah dan berbagai informasi kepada masyarakat. Namun, seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan media sosial, popularitas media tradisional seperti televisi dan radio mulai berkurang. Orang-orang kini cenderung menghabiskan lebih banyak waktu di platform digital seperti Instagram, YouTube, Facebook, dan Twitter. Media sosial ini memudahkan para penyebar dakwah untuk mencapai audiens yang lebih besar, berinteraksi secara langsung, serta menyampaikan konten secara menarik dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.

¹⁸ Deslima, hlm. 6.

Penyebaran dakwah memerlukan penggunaan media. Salah satu media yang dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dakwah adalah Instagram. Agar dakwah dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, diperlukan berbagai jenis media, seperti media audio (hanya suara), media visual (gambar dan tulisan), serta media audiovisual (suara dan gambar). Media audiovisual seringkali dipilih sebagai sarana dakwah utama karena lebih mudah dipahami dan cepat diterima oleh audiens.¹⁹

b. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah adalah untuk menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat, baik muslim maupun non-muslim, agar pesan-pesan Islam dapat dikenal dan dipahami secara luas. Secara umum, tujuan dakwah adalah menyelamatkan umat manusia dari zaman kegelapan menuju era yang terang benderang, yaitu Islam.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi, pada zaman sekarang, marak sekali berita hoaks yang menyebar melalui berbagai media, baik online maupun offline, yang sering kali menimbulkan kebingungan atau bahkan perpecahan di tengah masyarakat. Dalam konteks ini, dakwah berperan penting untuk menyampaikan ajaran Islam yang benar dan meluruskan misinformasi, sehingga umat dapat membedakan mana informasi yang benar dan mana yang salah. Dakwah yang efektif juga dapat

¹⁹ Deslima, hlm. 23.

membantu membangun kesadaran akan pentingnya menjaga persatuan dan ketenangan di tengah masyarakat dengan berlandaskan nilai-nilai Islam.

Mahasantri dan pelajar yang memahami prinsip-prinsip Pendidikan Agama Islam (PAI) akan lebih bijak dalam memilih informasi serta konten yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Mereka juga akan mampu mengenali ancaman seperti hoaks, ujaran kebencian, dan fitnah di dunia maya, sebagaimana diajarkan dalam QS. An-Nur ayat 11:

إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا
لَّكُم بَلٌّ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ مَّا اكْتَسَبَ
مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ
عَظِيمٌ ﴿١١﴾

Artinya: “*Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah kelompok di antara kamu (juga). Janganlah kamu mengira bahwa peristiwa itu buruk bagimu, sebaliknya itu baik bagimu. Setiap orang dari mereka akan mendapat balasan dari dosa yang diperbuatnya. Adapun orang yang mengambil peran besar di antara mereka, dia mendapat azab yang sangat berat.*”²⁰

Ayat tersebut memperingatkan pentingnya berhati-hati dalam menyebarkan informasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau dosa. Penyebaran berita yang tidak benar atau fitnah tidak hanya merugikan orang lain tetapi juga dapat merusak hubungan sosial dan menyebabkan perpecahan di tengah masyarakat. Allah memperingatkan bahwa siapa pun yang terlibat akan menanggung dosa, terutama bagi mereka yang berperan

²⁰ R.I, hlm. 544.

utama dalam menyebarkan fitnah, yang menghadapi azab berat. Ayat ini menekankan kejujuran dan tanggung jawab dalam setiap perkataan dan informasi yang disampaikan.

Selain itu, tujuan dakwah menurut Wahyu Ilaihi adalah upaya yang ditujukan kepada masyarakat luas untuk menyebarkan kebaikan dan mencegah keburukan. Dakwah ini berpedoman pada prinsip dan kaidah yang telah ditetapkan oleh Rasulullah SAW, dengan landasan keadilan, kesabaran, keikhlasan, toleransi, kasih sayang, serta kepedulian terhadap sesama.²¹

Sedangkan menurut Samsul Munir Amir tujuan dakwah terbagi menjadi 2 bagian, yaitu:

1. Tujuan khusus

Tujuan khusus bersifat lebih spesifik dan praktis. Ini menjelaskan apa yang harus dilakukan, kepada siapa dakwah ditujukan, dan bagaimana caranya agar pesan dakwah tersampaikan dengan baik tanpa menimbulkan kesalahpahaman. Misalnya, menentukan metode ceramah atau media yang digunakan, serta target audiens seperti remaja atau orang dewasa.

²¹ Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah (Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 23.

2. Tujuan umum

Tujuan umum lebih bersifat luas dan berfokus pada hasil akhir yang ingin dicapai dalam dakwah secara keseluruhan. Hal ini berhubungan dengan tujuan utama dakwah, yaitu membimbing masyarakat untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam dengan benar dalam kehidupan sehari-hari.²²

Kesimpulannya, tujuan khusus dalam dakwah adalah panduan praktis tentang metode, sasaran, dan cara penyampaian pesan agar efektif dan tepat sasaran. Sementara itu, tujuan umum dakwah berfokus pada hasil akhir, yaitu membimbing masyarakat untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari dengan benar. Seorang pendakwah harus mampu memberikan teladan yang baik dan benar, karena dakwah yang efektif bukan hanya melalui kata-kata, tetapi juga melalui perbuatan. Seorang da'i yang berakhlak mulia akan lebih mudah diterima dan diikuti oleh umat.

Selain itu, dakwah juga memiliki peran penting dalam aspek sosial. Dakwah berperan dalam membangun solidaritas dan persatuan di antara umat Islam. Dalam masyarakat yang heterogen dan sering kali terpecah-belah, dakwah dapat menjadi alat untuk mempererat tali silaturahmi dan kerjasama antar umat. Dakwah juga dapat menjadi sarana untuk mengatasi

²² Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Amzah, 2009), hlm. 57–58.

berbagai masalah sosial, seperti kemiskinan, ketidakadilan, dan kebodohan, dengan memberikan solusi yang berdasarkan nilai-nilai Islam.

c. Peran Dakwah dalam Masyarakat

Dakwah berperan penting dalam masyarakat, karena melalui dakwah, umat dapat dibimbing untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi, dan dakwah mengajarkan konsep dasar agama, tujuan hidup menurut ajaran agama, etika yang harus diikuti, dan keyakinan agama yang dapat memperkuat keimanan mereka.²³

Peran dakwah dalam masyarakat adalah untuk mengajak semua manusia bekerjasama dalam mewujudkan kesejahteraan, baik di dunia maupun di akhirat. Menurut Prof. Soetandyo Wiknyosoebroto, dalam ulasanya mengenai buku yang membahas dakwah sebagai pemberdayaan masyarakat, dakwah dipahami sebagai suatu ajakan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan individu dan kelompok dalam mengatasi berbagai tantangan serta perubahan yang seringkali merugikan mereka. Dakwah juga berfungsi sebagai upaya untuk membangun ketahanan dan kemandirian dalam menghadapi perkembangan zaman.²⁴

Dakwah tidak hanya bertujuan untuk menyebarkan ajaran agama, tetapi juga untuk memberikan bimbingan serta mendukung masyarakat

²³ Ahmad Zaini, 'Peranan Dakwah Dalam Pengembangan Masyarakat Islam', Community Development, 1.1 (2016), hlm. 143.

²⁴ Moh. Ali Aziz, Rr Suhartini, dan A. Hlmim., Dakwah Pemberdayaan Masyarakat Paradigma Aksi Metodologi (Pustaka Pesantren, 2005), hlm. 152.

dalam mengatasi berbagai tantangan yang mereka hadapi. Dalam konteks ini, peran dakwah sangat penting untuk memastikan perkembangan masyarakat Islam yang sejalan dengan prinsip-prinsip agama.

2. Definisi Media Sosial dan Dakwah

a. Definisi Media Sosial

Media berasal dari kata Latin “*medius*” yang secara terminologi berarti perantara, tengah, atau penghubung. Dalam bahasa Inggris, media merupakan kata jamak dari “*medium*” yang artinya antara atau rata-rata.²⁵ Sementara itu, dalam bahasa Arab, istilah media diterjemahkan sebagai “*washilah*” dan dalam bentuk jamaknya disebut “*wasail*”, yang berarti alat atau sarana perantara. Chanifatuz Zahro, dalam skripsinya, mengutip penelitian dari Nandi Abdallah Pahlevi yang menyatakan bahwa Cris Garret mendefinisikan media sosial sebagai sarana, layanan, dan komunikasi yang memungkinkan interaksi antara individu dengan orang lain yang memiliki minat yang sama.²⁶

Media sosial adalah platform online yang memungkinkan orang membuat konten, berpartisipasi, dan berbagi informasi. Platform ini mencakup blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah beberapa bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh

²⁵ Aan Mohamad Burhanudin dan Dkk, ‘Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Menganai Kesetaraan Gender)’”, *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10.2 (2019), hlm. 239.

²⁶ Chanifatuz Zahro, ‘Instagram Sebagai Media Dakwah’ (UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO, 2023), hlm. 19.

orang-orang di seluruh dunia.²⁷ Media sosial mencakup berbagai jenis platform seperti jejaring sosial (facebook, tiktok), microblogging (twitter), berbagi foto dan video (instagram, youtube, tiktok), serta blog dan forum.

b. Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Pengembangan Dakwah

Berdasarkan hasil penelitian kolaborasi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Efektifitas Dakwah (Studi pada Followers Akun Instagram @Hanan_Attaki)” dapat disimpulkan bahwa media sosial terbukti efektif dan berpengaruh sebagai sarana dakwah. Kegiatan ini sejalan dengan perkembangan zaman yang semakin mengandalkan teknologi modern sebagai media penyebarannya. Selain itu, dakwah melalui media sosial juga mempermudah masyarakat dalam mempelajari ajaran Islam kapan saja dan di mana saja, serta membantu mereka meningkatkan pemahaman dan penerapan ajaran tersebut dalam kehidupan sehari-hari.²⁸

c. Instagram sebagai Platform Dakwah

Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari di era teknologi saat ini. Instagram adalah salah satu platform berbagi yang paling populer, memungkinkan penggunanya menyampaikan dakwah dengan cara yang inovatif dan efektif. Banyaknya jumlah pengguna media sosial yang terus

²⁷ Puguh Kurniawan, ‘Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh’, *Jurnal Kompetensi*, 11.2 (2017), hlm. 220.

²⁸ Tiste Putri Arini dan Ratih Hasanah Sudradjat, ‘Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektifitas Dakwah (Studi Pada Followers Akun Instagram @Hanan_Attaki)’, *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6.2 (2023), hlm. 247, doi:<http://dx.doi.org/10.33822/jehlmv6i2.5849>.

meningkat setiap hari menjadikan platform ini memiliki berbagai manfaat. Salah satu manfaatnya adalah untuk menyebarkan kebaikan melalui dakwah.²⁹

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang sangat populer untuk berbagi foto dan video. Didirikan pada tahun 2010, Instagram menawarkan berbagai fitur seperti postingan gambar dan video, Instagram Stories, IGTV, Reels, dan fitur live streaming. Fitur-fitur ini membuat Instagram menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan pesan secara visual dan menarik. Instagram sendiri merupakan aplikasi media sosial yang dapat menyajikan informasi terbaru dengan cepat. Melalui platform ini, kita bisa mendapatkan kabar tentang kejadian terkini langsung dari pengguna, bahkan lebih cepat dibandingkan dengan penayangan di televisi.³⁰

Instagram sebagai platform dakwah memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

- 1) Dapat menjangkau tempat dan waktu tanpa batas dengan biaya dan tenaga yang dapat dijangkau.³¹
- 2) Pengguna jasa internet mengalami peningkatan signifikan setiap tahunnya, yang berarti hal ini juga berdampak pada jumlah orang yang menyerap isi dakwah.³²

²⁹ Sumadi E, 'Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi', AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran, 4.1, hlm. 187.

³⁰ Bambang Dwi Atmoko, Instagram Handbook (Media Kita, 2012), hlm. 42.

³¹ Anwar Sidiq, Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh), Skripsi (repository.radenintan.ac.id, 2017), hlm. 48.

³² Anwar Sidiq, hlm. 49.

- 3) Penyebaran dakwah melalui internet kini sudah menjadi sebagian opsi bagi masyarakat. Mereka dapat dengan leluasa memilih konten dakwah yang sesuai dengan minat mereka.
- 4) Dapat berinteraksi langsung antara da'i dan audiens, melalui komentar, DM, dan fitur Stories yang dapat meningkatkan keterlibatan dan diskusi.
- 5) Penyampaian yang beragam memungkinkan dakwah Islam melalui internet dapat mencapai audiens yang lebih luas. Dengan demikian, umat Islam bisa memanfaatkan teknologi untuk berbagai tujuan, seperti mengembangkan bisnis Islami, menjaga hubungan silaturahmi, dan tujuan lainnya.³³

3. Strategi Dakwah Digital

a. Teknik penyampaian pesan melalui media sosial

Dalam era digital, dakwah melalui media sosial memerlukan teknik penyampaian pesan yang efektif agar dapat mencapai dan mempengaruhi audiens secara maksimal. Beberapa teknik yang bisa digunakan adalah:

³³ Maarif Bambang Saiful, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi* (Simbiosis Rekatama Media, 2010), hlm. 172.

- 1) Konten yang dibagikan dan diposting oleh pendakwah³⁴
 - 1) Undangan: undangan atau ajakan ini adalah salah satu cara untuk melibatkan audiens di dalam aktivitas dakwah.
 - 2) Motivasi: menginspirasi audiens agar lebih aktif dalam kegiatan keagamaan
 - 3) Ucapan: metode komunikasi yang digunakan oleh pendakwah untuk menyampaikan pesan agama kepada audiensnya. seperti ucapan menyambut hari raya, tahun baru Islam, atau peristiwa penting lainnya.
- 2) Pertimbangan pendakwah dalam memposting suatu konten³⁵
 - 1) Menyikapi permasalahan yang sedang berkembang: Pendakwah harus memahami perkembangan informasi yang sedang terjadi dan dapat mencari solusi yang dihadapi oleh audiens.
 - 2) Menjawab pertanyaan: Pendakwah harus bisa menjawab pertanyaan dari berbagai masalah yang dihadapi audiens.
 - 3) Inisiatif sendiri: gagasan pemikiran atau ide dari pendakwah yang diposting dalam sosial media yang mengandung konten-konten keagamaan

³⁴ Irta Sulastri, Arifah Yenni Gustia, dan Lesnita Juniati, 'Penggunaan Media Sosial Dalam Berdakwah: Study Terhadap Da'i Di Kota Padang', AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 11.2 (2020), hlm. 161.

³⁵ Sulastri, Gustia, dan Juniati, hlm. 161.

- 4) Pencerahan: postingan pendakwah yang memberikan pencerahan kepada audiens, sehingga audiens memperoleh informasi yang benar.

b. Penggunaan fitur-fitur Instagram untuk dakwah

Instagram menyediakan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan dakwah. Beberapa fitur utama yang tampak signifikan yang dapat digunakan adalah:

1) Feed (unggah foto/video)

Melalui fitur feed, tempat utama pengguna bisa leluasa mengunggah foto atau video dengan batas maksimum 10 file dalam satu postingan.³⁶ Konten di feed bersifat permanen dan dapat diakses kapan saja. Penggunaan caption yang menarik dan informatif dapat memperkuat pesan yang disampaikan.

2) Stories

Setiap fitur stories yang dibuat oleh pengguna akan berubah ke cerita berikutnya setelah satu menit berlalu. Setelah 24 jam, cerita tersebut akan dihapus secara otomatis.³⁷ Fitur stories ini berfungsi sebagai cara singkat untuk berbagi kegiatan sehari-hari dengan mudah dan cepat, seperti: pengingat tentang ibadah, kutipan inspiratif, atau informasi tentang acara dakwah.

³⁶ Shania Maharani, 'Penggunaan Fitur Instagram Reels Sebagai Personal Branding' (Universitas Islam Riau, 2022), hlm. 20.

³⁷ Anwar Sidiq, hlm. 25.

3) IGTV

IGTV memungkinkan pengguna untuk mengunggah video yang lebih panjang dengan waktu yang melebihi satu menit, namun tidak bergabung dengan feeds di unggahan profil.³⁸ IGTV ini ideal untuk ceramah, kajian, atau diskusi mendalam tentang topik keagamaan.

4) IG LIVE (siaran langsung)

Fitur live streaming ini memungkinkan interaksi real-time dengan audiens. Pendakwah dapat menggunakan fitur ini untuk membagikan pengalaman, berbagi informasi islami atau ceramah islami, dan mengadakan sesi tanya jawab untuk mengembangkan komunitas online dalam berdiskusi.³⁹ Salah satu keunggulan dari fitur ini adalah kebebasan dalam menyajikan konten, tanpa ada batasan durasi waktu yang bisa dinikmati oleh siapa saja yang menonton video siaran tersebut.

5) Reels

Reels adalah fitur video pendek di Instagram yang memungkinkan pengguna membuat konten dengan durasi antara 15 detik.⁴⁰ Fitur ini dilengkapi dengan berbagai elemen tambahan seperti musik, efek, suara, dan alat pengeditan. Selain itu, pengguna dapat merekam serta

³⁸ Maharani, hlm. 23.

³⁹ Irgi Ahmad Fahrezi dan Dkk, 'Pemanfaatan Platform Instagram Sebagai Media Dakwah Di Era Globalisasi', *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4.3 (2024), hlm. 5.

⁴⁰ Zahro, 'Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @Limproduction', hlm. 26.

menggabungkan beberapa klip menjadi satu video sebelum mengunggahnya ke Reels.

Instagram Reels dapat dimanfaatkan untuk menarik minat pengguna dengan konten berkualitas, sekaligus memperluas jangkauan dan menampilkan keterampilan. Fitur ini juga memungkinkan pendakwah menyampaikan pesan secara kreatif dalam format yang lebih ringan dan menghibur.⁴¹

6) Highlights (sorotan)

Fitur highlights memungkinkan Stories yang penting untuk disimpan dan dilihat kembali oleh audiens. Ini bisa digunakan untuk menyimpan seri cerita dakwah, kutipan, atau materi-materi penting lainnya.

4. Konten Dakwah

a. Jenis konten dakwah

Jenis konten dakwah, yakni sebagai berikut:⁴²

- 1) Konten Edukatif: Video atau postingan yang membahas tentang konsep-konsep agama, sejarah Islam, serta penafsiran pada ayat-ayat al-qur'an.

⁴¹ Maharani, hlm. 69.

⁴² Ibnu Kasir dan Syahrol Awali, 'Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarkan Pesan Islam Di Era Modern', JURNAL AN-NASYR: JURNAL DAKWAH DALAM MATA TINTA, 11.1 (2024), hlm. 65.

- 2) Konten Inspirasi dan motivasi: Menyajikan kutipan inspirasi dari al-qur'an dan hadist untuk memberi dorongan semangat serta motivasi kepada para pengikut.
- 3) Konten Harian: Postingan harian dengan memberi nasihat yang singkat, doa-doa, atau renungan untuk memberi inspirasi dan pengetahuan agama lebih lanjut
- 4) Konten Interaktif: Menyelenggarakan sesi tanya jawab secara langsung atau melalui kolom komentar untuk menjawab pertanyaan terkait isu-isu agama yang beredar dari pengikut.
- 5) Konten Religius: Postingan yang berisi tentang ceramah dan kajian online yang diunggah ke platform media sosial, yang memudahkan audiens untuk mengakses kapan saja.

b. Kriteria konten dakwah yang efektif

Tingkat keberhasilan dakwah dalam mencapai tujuan utamanya yakni menyebarkan pesan agama kepada masyarakat dengan dampak positif, meningkatkan keimanan, dan mempengaruhi perubahan perilaku individu dapat dievaluasi melalui respons masyarakat terhadap pesan yang diberikan, penerimaan serta penerapan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, serta perubahan yang terlihat pada perilaku mereka.⁴³ Seiring

⁴³ Erwan Effendy, Gita Ramadhani, dan Tria Tanti, 'Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z', *Dawatuna: Journal of Communication dan Islamic Broadcasting*, 4.2 (2024), hlm. 4, doi:10.47467/dawatuna.v4i3.5480.

dengan perkembangan teknologi digital, jumlah konten dakwah online yang disebar oleh individu maupun organisasi, maka sangat penting untuk menerapkan sistem pengawasan yang efektif. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa konten-konten tersebut sejalan dengan prinsip-prinsip agama yang benar, tidak menyesatkan, dan tidak memicu konflik atau ketegangan sosial.⁴⁴

Dari sudut pandang komunikasi, dakwah dapat dianggap efektif jika mencakup unsur-unsur berikut:⁴⁵

- 1) Pemahaman, memahami dan menerima secara tepat isi pesan sesuai dengan maksud penyampai atau penceramah. Artinya, pesan dakwah atau informasi yang disampaikan harus dipahami secara akurat tanpa salah tafsir, sehingga pendengar dapat menerima dan memahami pesan tersebut dengan benar.
- 2) Kesenangan, menciptakan suasana yang menyenangkan bagi audiens, sehingga mereka merasa nyaman dan tertarik untuk menerima pesan yang disampaikan.
- 3) Mempengaruhi, mampu menginspirasi dan membentuk cara berpikir serta perilaku audiens, sehingga pesan yang disampaikan dapat meresap dan membawa perubahan positif.
- 4) Menciptakan interaksi sosial dengan baik.

⁴⁴ Istina Rakhmawati, 'Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah', At-Tabsyir, 4.1 (2016), hlm. 56.

⁴⁵ Effendy, Ramadhani, dan Tanti, hlm. 5.

- 5) Bertindak benar, mendorong pendengar untuk melakukan tindakan yang benar.

5. Tantangan dalam Dakwah Digital

a. Tantangan dakwah di era digital

Terdapat sejumlah masalah utama yang menjadi tantangan dalam dakwah di era digital. Semua isu ini merupakan hal yang perlu diatasi. Beberapa tantangan yang ada antara lain:⁴⁶

- 1) Penyebaran keburukan di ruang digital semakin meluas dan berpotensi mendominasi. Era digital memudahkan penyebaran konten, termasuk yang negatif seperti perjudian dan pornografi. Konten buruk ini dapat memiliki dampak merusak yang signifikan terhadap masyarakat, terutama umat Islam.
- 2) Ketidaksesuaian model dakwah dengan kemajuan zaman, mengingat sebelumnya dakwah lebih banyak dilakukan secara tatap muka di masjid atau tempat umum, yang membatasi jangkauan audiens.
- 3) Kurangnya pemahaman pendakwah tentang karakteristik masyarakat digital, yang sering kali membuat mereka menggunakan pendekatan dakwah yang lebih sesuai untuk masyarakat pra-digital, sehingga

⁴⁶ Naila Mafayiziya Hayat dan Zaenal Abidin Riam, 'Peran Komunikasi Dakwah Di Era Digital Upaya Maksimal Pembelajaran Agama Islam', *Ilmu Al-Qur'an (IQ): Jurnal Pendidikan Islam*, 5.2 (2022), hlm. 232, doi:<https://doi.org/10.37542/iq.v5i01.338>.

menyebabkan masyarakat cenderung menjauh dari pesan dakwah tersebut.

Pada dasarnya, tantangan selalu muncul dalam dunia dakwah, dan tantangan tersebut dapat berbeda di setiap era. Hal ini wajar karena dakwah adalah upaya sungguh-sungguh untuk mengajak manusia menuju jalan Allah serta mencegah kemungkaran yang dapat merusak kesucian agamanya. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika dakwah terus menghadapi berbagai tantangan, termasuk di era digital saat ini.

b. Solusi untuk mengatasi tantangan dakwah di era digital

Dakwah di era digital menuntut para da'i untuk kreatif dan inovatif. Untuk mengatasi tiga tantangan utama dalam dakwah di era digital, sejumlah inovasi perlu diterapkan. Berikut adalah solusi untuk mengatasi tantangan tersebut:⁴⁷

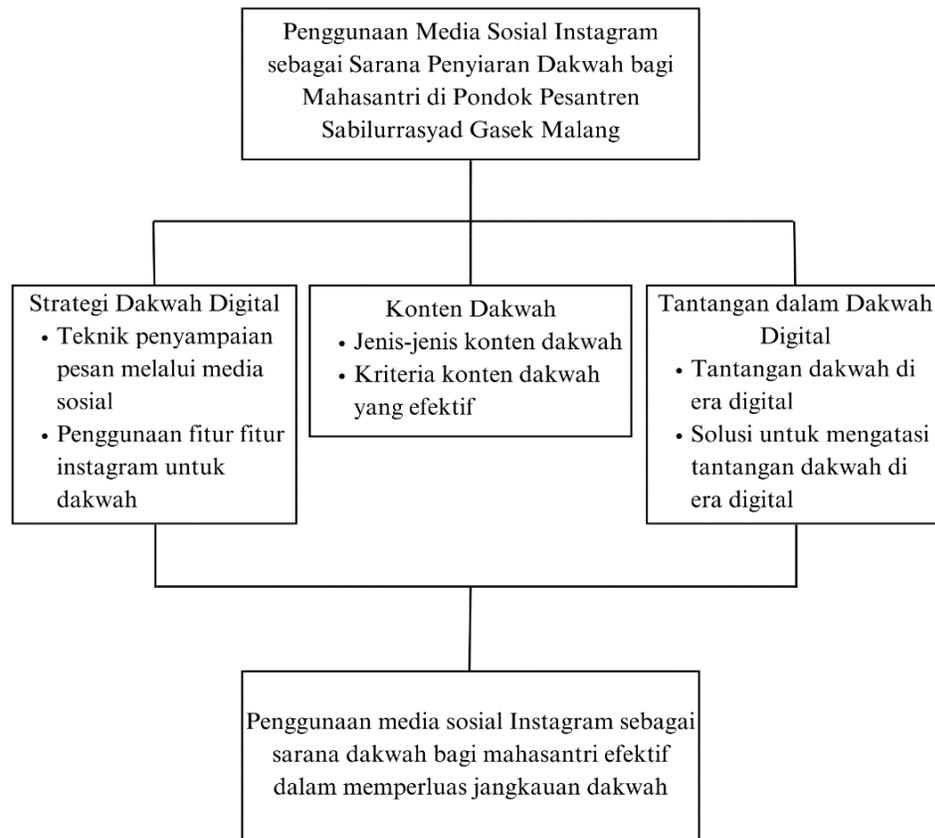
- 1) Untuk mengatasi penyebaran keburukan di ruang digital, para pendakwah perlu aktif menghasilkan lebih banyak konten dakwah yang menarik dan relevan dengan selera masyarakat era digital. Pendakwah juga harus menguasai teknologi dan media sosial agar dapat bersaing dengan konten negatif, sehingga dapat menyeimbangkan informasi dan mencegah dominasi keburukan.

⁴⁷ Hayat dan Riam, hlm 233–35.

- 2) Untuk mengatasi tantangan dakwah di era digital, inovasi dalam model dakwah perlu dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram. Mengingat banyaknya pengguna dari berbagai usia di Indonesia, hal ini memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas dan mengatasi keterbatasan ceramah konvensional, termasuk dalam menyampaikan pesan ke daerah-daerah terpencil yang sulit dijangkau.
- 3) Pendakwah perlu memahami kondisi masyarakat saat ini yang sangat bergantung pada teknologi dan memiliki kebutuhan tinggi akan informasi. Oleh karena itu, mereka harus menguasai teknologi digital untuk mendukung dakwah, dan bukannya menghindarinya karena takut dampak negatif. Teknologi harus dimanfaatkan untuk tujuan positif yang sejalan dengan nilai-nilai agama.

B. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir adalah struktur yang berbentuk seperti peta yang membantu peneliti memahami dan menyusun langkah-langkah dalam menyelesaikan masalah atau topik tertentu. Kerangka berpikir berfungsi untuk memberi arah dalam penelitian atau pembahasan, mulai dari apa yang akan dicari tahu, apa yang sudah diketahui, dan bagaimana cara peneliti memproses informasi itu supaya bisa mencapai kesimpulan yang jelas. Kesimpulannya, kerangka berfikir adalah panduan yang memudahkan peneliti untuk melihat hubungan antar hal yang dipelajari.



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam mengenai penggunaan Instagram sebagai sarana dakwah, dengan studi kasus pada mahasantri di Pondok Pesantren Gasek Malang. Studi kasus ini mengeksplorasi bagaimana para mahasantri memanfaatkan platform media sosial untuk menyebarkan dakwah.

Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang mengumpulkan data berupa kata-kata tertulis atau ucapan dari orang-orang, serta mengamati perilaku mereka. Data yang diperoleh kemudian dijelaskan secara rinci.⁴⁸ Metode deskriptif adalah cara penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan kondisi suatu kelompok, situasi, atau kejadian yang sedang terjadi saat ini.⁴⁹

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus ini berfokus pada mahasantri di Pondok Pesantren Gasek Malang sebagai subjek penelitian untuk mengeksplorasi bagaimana mereka memanfaatkan Instagram sebagai sarana dakwah.

⁴⁸ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hlm 4.

⁴⁹ Dini Silvi Purnia and others, 'Pengukuran Kesenjangan Digital Menggunakan Metode Deskriptif Berbasis Website', *Evolusi: Jurnal Sains Dan Manajemen*, 8.2 (2020), hlm. 85.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang, di mana para mahasantri melakukan aktifitas dakwah melalui media sosial instagram, sebagai sarana penyampaian dakwah kepada masyarakat luas. Lokasi ini dipilih karena lingkup pesantren ini tidak hanya terbatas pada pendidikan agama secara tradisional, tetapi juga telah merambah ke dunia digital, di mana para mahasantri aktif berperan sebagai pendorong dakwah melalui berbagai platform online, dengan latar belakang pesantren yang kuat dan perkembangan teknologi yang pesat, pondok ini memberikan peluang yang menarik untuk mengamati bagaimana mahasantri memanfaatkan platform digital dalam penyebaran ajaran Islam di era modern.

C. Kehadiran Peneliti

Peneliti akan langsung terlibat dalam kegiatan di lokasi penelitian untuk mengamati, berinteraksi, dan mengumpulkan data. Kehadiran peneliti di lapangan sangat penting untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan akurat tentang apa yang sedang terjadi, serta untuk melihat langsung bagaimana dakwah melalui Instagram dilakukan oleh mahasantri. Penelitian akan dilaksanakan perkiraan dalam kurun waktu kurang lebih yakni sekitar 25 Februari 2025 sampai selesai. Pengumpulan data akan dilakukan secara berkelanjutan selama waktu yang ditentukan untuk memastikan data yang diperoleh mencakup seluruh

D. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah mahasantri tim media pengelola instagram di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang. Mereka adalah pihak yang menggunakan Instagram sebagai sarana untuk menyebarkan dakwah, dan penelitian ini akan fokus pada bagaimana mereka memanfaatkan media sosial tersebut dalam konteks dakwah. Selain itu, subjek penelitian ini juga mencakup tim pengelola media di pondok.

E. Data dan Sumber Data

Pada penelitian ini, sumber data yang akan digunakan terbagi dua kategori yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari subjek penelitian tanpa adanya perantara. Dalam konteks penelitian ini, sumber data primer mencakup:
 - a. Wawancara: Peneliti melakukan wawancara dengan mahasantri tim pengelola media Instagram di pondok pesantren Sabilurrosyad yang bernama Wildan Al Kautsar, Arya Reksanegara, Ahmad Tajuddin Zahro'u, dan An Nisa Uswatun Khasanah. Guna memperoleh pengalaman dan perspektif mereka terkait penggunaan Instagram dalam dakwah.
 - b. Observasi: Peneliti mengamati aktivitas dakwah yang dilakukan oleh mahasantri tim media pengelola Instagram, pada bulan Maret 2025 termasuk jenis konten yang mereka unggah dan interaksi dengan audiens.

- c. Dokumentasi: Pengumpulan data dari konten dakwah yang diposting oleh mahasantri di Instagram, seperti video, foto, dan tulisan.
2. Data sekunder merupakan sumber data tambahan yang digunakan dalam penelitian, yang diperoleh dari informasi yang telah ada sebelumnya. Sumber data sekunder ini meliputi pustaka yang relevan dan mendukung penelitian, Contoh seperti buku, majalah, koran, informasi dari internet, jurnal, dan sumber lainnya yang dapat dijadikan referensi. Selain itu, data juga bisa diperoleh langsung dari lokasi penelitian. Data sekunder yang akan dikumpulkan oleh peneliti meliputi dokumen-dokumen relevan, postingan Instagram, serta sumber-sumber lain yang terkait dengan topik penelitian ini.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri yang berperan sebagai sumber pengumpulan data. Selain itu, peneliti juga memanfaatkan pedoman wawancara, dan catatan lapangan untuk mengumpulkan data.

G. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik yang dianggap relevan, seperti observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, untuk mendapatkan data penelitian yang tepat dan menyeluruh. Adapun teknik tersebut meliputi:

1. Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan yang dilaksanakan dengan cara terstruktur, diawali dengan penataan fisik di tempat kegiatan dilaksanakan.

Proses ini dilakukan secara terus-menerus untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan.⁵⁰ Peneliti akan terlibat langsung didalam kehidupan sehari-hari orang yang sedang diamati, sehingga mereka menjadi sumber data dalam penelitian.⁵¹ Melalui observasi, peneliti dapat mengumpulkan informasi dengan langsung mengenai apa yang sedang terjadi, tanpa merubah atau mempengaruhi situasi tersebut. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan menganalisis situasi serta interaksi yang terjadi yang ada dalam subjek yang diteliti. Dalam penelitian ini, teknik observasi digunakan untuk mengamati secara langsung aktivitas dakwah yang dilakukan oleh mahasantri tim pengelola media instagram di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang, dengan tujuan untuk memahami bagaimana mereka memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana penyebaran ajaran Islam.

2. Wawancara

Dalam penelitian, wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung melalui komunikasi. Tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan informasi dari orang lain melalui serangkaian pertanyaan yang disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai.⁵² Dalam penelitian ini, teknik wawancara digunakan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dari mahasantri tim media pengelola instagram di Pondok Pesantren Sabilurrosyad

⁵⁰ Hasyim Hasanah, 'Teknik-Teknik Observasi', Jurnal Attaqaddum, 8.1, hlm. 26.

⁵¹ Hardianti, 'Pendekatan Psikologi Komunikasi Dakwah Dalam Membina Akhlak Remaja LKSA Amrullah Aisyiah Cabang Limbung Kab. Gowa' (Universitas Muhammadiyah Makassar), hlm. 39.

⁵² Hardianti.

Gasek Malang terkait penggunaan media sosial Instagram sebagai alat dakwah. Peneliti akan melakukan wawancara dengan tim pengelola media Instagram di pondok pesantren Sabilurrosyad.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sekumpulan data yang bersifat nyata yang diperoleh melalui serangkaian kegiatan yang dilakukan secara sistematis, sehingga dapat memberikan informasi yang akurat dan relevan. Proses ini mencakup pengumpulan, pengolahan, dan penyimpanan data, sehingga berbentuk menjadi dokumen.⁵³ Peneliti akan mengumpulkan dokumentasi yang meliputi tulisan, gambar, postingan instagram, dan literatur tentang dakwah.

H. Pengecekan Keabsahan Data

Definisi triangulasi yang disampaikan oleh Norman K. Denkin adalah bahwa dalam penelitian, triangulasi merupakan teknik yang digunakan untuk memahami suatu fenomena dengan menggunakan beberapa metode atau pendekatan berbeda. Tujuannya adalah agar hasil penelitian menjadi lebih valid dan akurat karena fenomena tersebut dianalisis dari berbagai sudut pandang. Misalnya, suatu masalah bisa ditinjau melalui wawancara, observasi, dan dokumen, sehingga informasi yang diperoleh lebih lengkap dan saling melengkapi. Untuk menjamin keabsahan data, peneliti memanfaatkan tiga cara pada teknik triangulasi, yakni:

⁵³ Zahro, 'Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @Limproduction', hlm. 41.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan data yang sudah dikumpulkan melalui berbagai sumber informasi. Dalam tahap ini, data yang diperoleh dari sejumlah informan akan dicek dengan cara membandingkan informasi yang berasal dari berbagai sumber. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan keakuratan dan kredibilitas data yang didapatkan.⁵⁴ Jadi pada penelitian ini, peneliti menganalisis data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi dan dokumentasi

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan informasi atau data melalui berbagai pendekatan. Peneliti bisa menggabungkan wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan terpercaya.⁵⁵

3. Triangulasi Teori

Triangulasi teori adalah proses di mana hasil akhir dari penelitian kualitatif, yang berupa informasi atau rumusan utama, dibandingkan dengan teori-teori yang relevan. Tujuannya adalah untuk menghindari pengaruh pendapat pribadi peneliti terhadap temuan atau kesimpulan yang didapat.

⁵⁴ Alfansyur, Danarusni, dan Mariyani, 'Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial.', *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5.2 (2020), hlm. 146–50.

⁵⁵ Dedi Susanto, Risnita, dan M.Syahrani Jailani, 'Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah', *Qosim: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1.1 (2023), hlm. 56.

I. Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah proses penelitian yang terstruktur, dimulai dari pengumpulan data, pemilihan data, pengelompokan, perbandingan, penggabungan, dan penafsiran data. Walaupun demikian, peneliti kualitatif memiliki kebebasan untuk menerapkan berbagai teknik pengembangan yang berbeda sesuai dengan imajinasi dan kreativitas mereka. Di bawah ini adalah tahapan-tahapan dalam pengumpulan dan analisis data, yakni:

1. Mengumpulkan data

Dalam penelitian ini, proses pengumpulan data dilakukan secara bertahap dan sistematis untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan topik "Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Penyiaran Dakwah bagi Mahasantri di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang." Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan berbagai metode, seperti wawancara mendalam dengan mahasantri tim media pengelola Instagram, observasi terkait dengan konten isi dakwah yang diunggah di media sosial tersebut, dan dokumentasi dari akun-akun terkait. Setiap data yang didapatkan, baik melalui wawancara ataupun pengamatan, dikumpulkan, disusun, dan dikelompokkan berdasarkan tema yang sudah ditetapkan, sehingga data yang diperoleh bisa memberikan gambaran yang jelas tentang efektivitas penggunaan Instagram dalam dakwah. Proses ini juga melibatkan triangulasi data untuk memastikan validitas informasi yang diperoleh dari berbagai sumber.

2. Reduksi Data

Menurut Ahmad Rijali dalam penelitiannya, reduksi data merupakan tahap pemilihan, penyederhanaan, dan pengolahan data yang relevan, yang diperoleh dari catatan yang dikumpulkan selama penelitian di lapangan. Proses ini berlangsung terus-menerus sepanjang penelitian, bahkan sebelum data sepenuhnya terkumpul. Hal ini dapat dilihat dari kerangka konseptual penelitian, isu-isu yang perlu diselidiki, dan metode pengumpulan data yang dikembangkan oleh para peneliti.⁵⁶

3. Penyajian Data

Penyajian data adalah proses mengorganisir data yang telah dikumpulkan dengan cermat ke dalam format yang lebih ringkas dan mudah dimengerti. Data sering disajikan dalam bentuk tabel atau diagram agar lebih mudah dipahami.⁵⁷

Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam bentuk teks naratif seperti catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, atau diagram. Format-format ini menyusun informasi secara teratur dan mudah diakses, sehingga memudahkan pemahaman situasi yang ada dan membantu menentukan apakah kesimpulan yang diambil sudah tepat atau memerlukan analisis lebih lanjut.⁵⁸

4. Penarikan Kesimpulan

⁵⁶ Ahmad Rijali, 'Analisis Data Kualitatif', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17.33 (2018), hlm 91.

⁵⁷ Ai Purnamasari dan Ekasatya Aldila Afriansyah, 'Kemampuan Komunikasi Matematis Siswa SMP Pada Topik Penyajian Data Di Pondok Pesantren', *Plusminus: Jurnal Pendidikan Matematika*, 1.2 (2021), hlm 211 <<https://journal.institutpendidikan.ac.id/index.php/plusminus/article/view/896/823>>.

⁵⁸ Rijali, hlm. 94.

Kesimpulan adalah tahap terakhir dalam penelitian, di mana hasilnya harus dapat menjawab pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain memberikan jawaban atas masalah yang dirumuskan, tahap ini juga mengungkapkan temuan-temuan baru yang sebelumnya tidak ditemukan. Temuan tersebut bisa berupa deskripsi atau gambaran mengenai objek yang diteliti, yang kemudian dianalisis berdasarkan bukti yang ada, dan mungkin memerlukan penelitian lanjutan untuk memastikan keakuratannya.⁵⁹

J. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian yang dilakukan mencakup beberapa tahapan yang saling terhubung yakni meliputi:

1. Tahap Persiapan

Tahap pertama adalah persiapan, di mana peneliti menyusun proposal penelitian yang mencakup latar belakang, tujuan, rumusan masalah, dan metode yang akan digunakan. Selama proses ini, peneliti juga mendapatkan izin dari pihak-pihak terkait untuk memastikan akses yang sah ke lokasi penelitian. Selain itu, peneliti menyiapkan instrumen penelitian, seperti pedoman wawancara dan lembar observasi, yang akan digunakan untuk mengumpulkan data.

2. Tahap pelaksanaan

⁵⁹ Purnamasari and Afriansyah, hlm. 211.

Pada tahap pelaksanaan, di mana data dikumpulkan di lapangan. Pada titik ini, peneliti mewawancarai informan yang relevan, melakukan observasi untuk mengamati situasi atau perilaku yang berkaitan dengan penelitian, dan mengumpulkan dokumentasi yang mendukung. Metode yang digunakan pada tahap ini dirancang untuk mendapatkan informasi yang komprehensif dan mendalam tentang fenomena yang diteliti.

3. Analisis Data

Dalam tahap ini, peneliti mengumpulkan dan mengevaluasi data yang sudah didapatkan secara kualitatif, dengan mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan antar data. Proses analisis ini bertujuan untuk menemukan makna yang lebih dalam dari data yang sudah dikumpulkan, sehingga dapat memperoleh jawaban terhadap rumusan masalah penelitian.

4. Penulisan Laporan

Dalam tahap penulisan ini, peneliti membuat laporan yang ringkas tentang hasil dan proses penelitian. Laporan ini mencakup bagian pendahuluan, metodologi, hasil penelitian, dan kesimpulan, serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Kemudian untuk memastikan bahwa temuan penelitian dapat dimanfaatkan secara luas, laporan penelitian harus ditulis dengan jelas dan sistematis.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Sejarah Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Pondok Pesantren Sabilurrosyad terletak di Jalan Candi VI C No. 303, Dusun Gasek, Desa Karang Besuki, Kecamatan Sukun, Kota Malang. Nama Sabilurrosyad yang digunakan oleh pondok pesantren ini merupakan gagasan dari salah satu pendiri yayasan, yakni KH. Dahlan Tamrin. Yayasan Sabilurrosyad resmi didirikan pada 23 Maret 1989 setelah akta notaris pendiriannya ditandatangani oleh beberapa tokoh ulama, yaitu KH. Dahlan Tamrin, H. Muhammad Anwar, H. Mahmudi Zianuri, dan M. Rifa'i Chaliq.

Pendirian pondok pesantren ini bertujuan untuk menjaga kemurnian ajaran Islam serta melindungi masyarakat dari pengaruh ajaran Kristen, mengingat pada waktu itu tengah terjadi upaya kristenisasi di kawasan Gasek. Melihat kondisi tersebut, para tokoh agama dan pendiri yayasan berinisiatif untuk mendirikan sebuah lembaga pendidikan Islam. Pondok pesantren Sabilurrosyad pun akhirnya dibangun di atas tanah wakaf seluas ± 2000 m² yang diberikan oleh salah seorang pendiri yang memilih untuk tetap tidak disebutkan namanya.⁶⁰

⁶⁰ Sabilurrosyad Gasek' <<https://pondokmalang.santringaji.org/pesantren/pp-sabilurrosyad-gasek/>> [diakses 16 April 2025].

Seiring bertambahnya jumlah santri, pondok yang masih berada di bawah pengawasan Yayasan Sabilurrosyad memerlukan pengasuh. Oleh karena itu, KH. Marzuki Mustamar yang sebelumnya mengasuh ± 21 santri diminta oleh yayasan untuk menjadi pengasuh pondok tersebut.

KH. Marzuki Mustamar beserta santrinya kemudian pindah ke pondok, namun hanya santri putra yang tinggal di sana karena yayasan hanya mendirikan pondok untuk putra. Sementara itu, santri putri tetap diasuh oleh beliau di luar tanggung jawab yayasan, dengan beberapa lokal asrama sebagai tempat tinggal mereka.⁶¹

Adapun cikal bakal pondok pesantren ini bermula ketika K. H. Marzuqi Mustamar menetap di Gasek pada tahun 1995, mengontrak rumah di depan masjid (di sebelah utara masjid pondok). Setelah dua tahun mengontrak, pada tahun ketiga beliau mulai membangun rumah yang kini menjadi tempat tinggalnya. Selama menunggu pembangunan rumah selesai, K.H. Marzuqi Mustamar masih tinggal di kontrakan bersama para santrinya.

Sebelum pondok ini ada, banyak santri yang belajar mengaji, sebagian besar berasal dari Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Nurul Huda Mergosono, Malang. Ada sekitar dua puluh santri yang ikut belajar di Gasek pada waktu itu, di antaranya adalah Moh. Bisri Musthofa (yang akrab dipanggil Pak Mad) dan Pak Imam Ahmad.

⁶¹ 'Pondok Pesantren Sabilurrosyad' <<https://www.pesantrennu.id/pesantren/pondok-pesantren-sabilurrosyad>> [diakses 21 April 2025].

Di sekitar kampung Gasek, terdapat tanah wakaf yang sudah berstatus wakaf selama delapan tahun, yang dikelola oleh Yayasan Sabilurrosyad. Tanah wakaf tersebut berupa tanah masjid dan bangunan SMP yang kini ada, yang sebelumnya diwakafkan oleh para pejuang agama dan diserahkan ke NU Cabang. Saat itu, K. H. Marzuqi Mustamar belum mengetahui adanya yayasan tersebut. Akhirnya, beliau diminta untuk menjadi pengasuh yayasan, dibantu oleh K. H. Murtadlo Amin dan K. H. Ahmad Warsito.

Pada tahun 1997, pembangunan masjid dimulai dengan pembuatan pondasi. Meskipun masjid belum bisa digunakan, kamar yang ada di sebelah masjid sudah bisa digunakan untuk kegiatan. Pada tahun 1999, masjid selesai di-plester, karpet digelar, dan mulai difungsikan untuk salat.

Kegiatan mengaji saat itu sangat ramai, seperti halnya wetonan. Namun, seiring dengan adanya program PKPBA dari UIN Malang, kegiatan mengaji yang tadinya penuh mulai mengalami perubahan. Program ini juga mendorong lahirnya Madrasah Diniyah yang sebelumnya belum ada. “Sekitar tahun 2000-an, barulah ada Madrasah Diniyah untuk para santri, termasuk saya dan Pak Imam yang menjadi pencetusnya,” ungkap Ustadz Ali Mahsun dalam wawancara tersebut.⁶²

⁶² Sejarah Pondok Pesantren Sabilurrosyad Malang, 2021 <<https://ponpesgasek.id/sejarah-pondok-pesantren-sabilurrosyad-gasek-malang/>>.

2. Profil Pondok Pesantren Sabilurrosyad

Pondok Pesantren Sabilurrosyad terletak di Jalan Candi VI C No. 303, Dusun Gasek, Desa Karang Besuki, Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur. Nama Sabilurrosyad yang disandang pondok ini merupakan usulan salah satu pendiri yayasan, yaitu KH. Dahlan Tamrin. Yayasan Sabilurrosyad resmi berdiri pada tanggal 23 Maret 1989 setelah akta notaris pendirian yayasan ditanda tangani oleh sejumlah Kiai yaitu KH. Dahlan Tamrin, H. Muhammad Anwar, H. Mahmudi Zianuri, dan M. Rifa'I Chaliq.⁶³

Pengasuh Utama Saat Ini KH. Marzuqi Mustamar, M.Ag yang dikenal sebagai ulama ahli tafsir dan hadis, serta pernah menjabat sebagai Ketua Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama (PWNU) Jawa Timur, salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia. Selama menjabat, beliau dikenal sebagai tokoh yang vokal dalam menjaga akidah Ahlus Sunnah wal Jama'ah dan melawan paham-paham radikalisme serta ekstremisme agama.

Di tengah perkembangan zaman, beliau juga turut mendorong santri dan pesantren untuk aktif berdakwah melalui platform digital, seperti instagram. Melalui akun Instagram “@Ngaos_Abah”, pengajian-pengajian dan ceramah beliau dikemas dalam format singkat dan ringan, namun tetap sarat dengan pesan keislaman yang mendalam.

⁶³ Sabilurrosyad Gasek’.

Kepribadian beliau yang sederhana namun tegas, keilmuannya yang luas, dan keterlibatannya dalam dakwah digital menjadikan KH. Marzuqi Mustamar sebagai salah satu ulama berpengaruh di era modern, sekaligus penggerak utama dalam transformasi dakwah Pondok Pesantren Sabilurrosyad.

a) Visi

Pondok pesantren Sabilurrosyad memiliki visi untuk “Mencetak Generasi Muslim ‘Ala Ahlissunnah Wal Jama’ah AnNahdliyah berdasarkan ilmu amaliyah dan amal ilmiah yang berkarakter moderat, patrialis, humanis dan menjunjung tinggi NKRI.”⁶⁴

b) Misi

Adapun misi yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Sabilurrosyad adalah sebagai berikut:⁶⁵

1. Menyiapkan santri yang intelek di bidang keagamaan berwawasan luas dan berpikiran terbuka
2. Mengembangkan soft skill santri berorientasi kepada nilai-nilai keislaman
3. Mempertahankan tradisi keislaman warisan Wali Songo
4. Berkomitmen menjunjung tinggi nilai-nilai pancasila demi terwujudnya Baldatun Thoyyibatun Warobbun Ghofur

⁶⁴ ‘Pondok Pesantren Sabilurrosyad’.

⁶⁵ ‘Pondok Pesantren Sabilurrosyad’.

5. Mencetak santri yang siap menyebarkan ajaran agama Islam di semua sektor kehidupan

3. Sejarah Terbentuknya Akun Instagram @Ngaos_Abah

Akun Instagram @Ngaos_Abah merupakan salah satu media dakwah digital yang dimiliki dan dikelola oleh Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang. Akun ini pertama kali dibuat pada tahun 2018, sebagai bentuk adaptasi pondok terhadap perkembangan teknologi informasi dan media sosial yang semakin pesat.

Pembentukan akun ini tidak terlepas dari inisiatif internal pondok yang melihat pentingnya menyampaikan dakwah Islam melalui platform yang lebih dekat dengan masyarakat, khususnya generasi muda. Pada awalnya, aktivitas dakwah masih dilakukan secara langsung melalui majelis taklim dan pengajian-pengajian tatap muka. Namun, seiring dengan perubahan zaman dan pola komunikasi masyarakat, muncul kebutuhan untuk memperluas jangkauan dakwah melalui media digital.

Inspirasi untuk membentuk akun ini juga datang dari pengamatan terhadap majelis taklim luar pondok yang telah lebih dahulu menggunakan media sosial untuk menyebarkan dakwah. Dari situ, pengelola pondok mulai merintis pembuatan akun dakwah sendiri, yang kemudian diberi nama @Ngaos_Abah mengacu pada kegiatan mengaji yang dilakukan oleh pengasuh pondok, KH. Marzuqi Mustamar.

Akun ini dikelola oleh tim media pondok, yang terdiri dari santri, alumni, dan relawan. Salah satu alumni yang berperan penting dalam pembentukan media pondok Muhammad Zahro’u asal Madiun, yang juga aktif dalam jaringan media pesantren se-Jawa Timur.

Melalui akun ini, berbagai konten dakwah dikemas dalam bentuk yang lebih ringkas, visual, dan mudah diakses. Salah satu ciri khas dari akun @Ngaos_Abah adalah konten “Ngaos Satu Menit”, yaitu potongan video singkat dari ceramah atau kajian Abah Kyai yang dibuat untuk memudahkan jamaah dan masyarakat umum memahami inti kajian tanpa harus mengikuti siaran penuh. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Ahmad Tajuddin Zahro’u selaku pimpinan media dakwah, mengatakan bahwa:

“Jadi awalnya itu ada seorang alumni, masih keluarga Abah dan Umi di Kediri, juga termasuk santri asabiqul awwal, yang punya pondok besar di sana. Beliau juga pernah berkeinginan jadi dosen atau rektor di IAIN Kediri. Suatu waktu, beliau sowan ke Abah, lalu ngobrol-ngobrol dan menyampaikan ide agar Abah punya akun media sosial pribadi.

Saat itu sekitar tahun 2018, saya masih fokus mengelola akun media Gasek. Tiba-tiba saya dipanggil untuk sowan ke dalem, dan ternyata langsung diminta oleh Umik Abah dan alumni tersebut Pak Anis untuk membuat akun atas nama ‘Abah Kyai Marzuqi’. Jujur, saya waktu itu syok dan bingung, karena sebagai santri, saya merasa tidak pantas menggunakan nama Abah secara langsung. Saya khawatir kalau ada yang keliru dalam pengelolaannya.

Nah, di tengah kebingungan itu, saya teringat sesuatu. Setiap kali ada pengajian dari Abah, biasanya santri-santri teriak, ‘Ayo Ngaos Abah!’. Kalimat itu sangat khas di lingkungan kami. Akhirnya, tanpa berpikir panjang, saya coba pakai nama itu @Ngaos_Abah dan kebetulan nama akunya masih tersedia.

Dari situlah awal mula akun itu terbentuk. Jadi memang berdasarkan permintaan langsung dari alumni dan Umik Abah,

agar dakwah Abah bisa lebih meluas. Program pertama yang kami buat adalah 'Ngaos Satu Menit', yaitu potongan pendek dari ceramah Abah yang padat dan mudah dipahami. Alhamdulillah, program itu disambut baik, banyak yang suka, bahkan sempat viral.

Sejak saat itu, konten-konten Ngaos Abah dikelola oleh tim media khusus. Kami terinspirasi dari platform-platform luar, dan berkomitmen untuk mengunggah konten dakwah setiap hari.”⁶⁶ [ATZ.RM1.01]

Sebagai respons terhadap dinamika zaman dan kebutuhan akan media dakwah yang lebih luas, akun @Ngaos_Abah lahir untuk menghadirkan pesan-pesan keislaman melalui platform digital, sehingga nilai-nilai dakwah Abah Kyai dapat lebih mudah diakses oleh masyarakat secara luas. Sejak saat itu, akun @Ngaos_Abah berkembang pesat dan menjadi salah satu media dakwah yang efektif, khususnya bagi masyarakat yang tidak sempat hadir secara langsung dalam majelis pengajian.

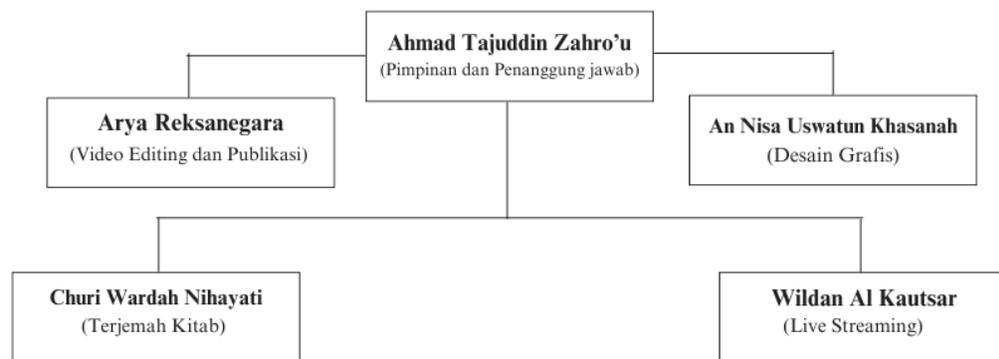
4. Struktur Tim Pengelola Media Dakwah.

Dalam menjalankan aktivitas dakwah melalui media sosial, Pondok Pesantren Sabilurrosyad membentuk sebuah tim khusus yang bertanggung jawab atas pengelolaan konten dakwah digital, khususnya pada platform Instagram. Tim ini terdiri dari gabungan santri aktif, alumni pondok, serta

⁶⁶ Wawancara online via whatsapp dengan Ahmad Tajuddin Zahro’u, selaku pemimpin tim media sosial Instagram, melalui Arya Reksanegara pada hari Selasa, 22 April 2025, pukul 17.25.

beberapa jamaah umum yang memiliki minat dan kompetensi di bidang media digital.

Struktur tim pengelola media ini bersifat fleksibel namun tetap memiliki pembagian tugas yang jelas. Setiap anggota tim dibagi ke dalam divisi-divisi sesuai dengan keahliannya, agar proses konten dakwah dapat berjalan secara efektif dan efisien. Divisi-divisi tersebut antara lain:⁶⁷ [AR.RM2.01]



Gambar 2. 2: Struktur Tim Pengelola Media Dakwah

⁶⁷ Wawancara online via whatsapp dengan Arya Reksanegara, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Senin, 21 April 2025, pukul 12.00

B. Hasil Penelitian

1. Latar Belakang Penggunaan Instagram sebagai Sarana Penyiaran

Dakwah

Latar belakang penggunaan Instagram sebagai sarana penyiaran dakwah didasari oleh beberapa faktor utama yang berkaitan dengan perkembangan zaman, perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi, serta kebutuhan untuk menyebarkan ajaran Islam secara lebih luas dan modern.

a) Perkembangan Teknologi dan Perubahan Pola Komunikasi

Di era digital, media sosial seperti Instagram menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi muda. Komunikasi tidak lagi terbatas secara langsung atau melalui media konvensional, tetapi sudah beralih ke platform digital yang lebih cepat dan luas jangkauannya. Hal ini mendorong berbagai elemen masyarakat, termasuk lembaga keagamaan seperti Pondok Pesantren Sabilurrosyad, untuk beradaptasi dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah yang relevan dengan zaman. Menurut penuturan Wildan:

“Awal mula sekitar tahun 2017 KH. Marzuqi Mustamar mulai terinspirasi dari sejumlah majelis di luar pondok yang telah memanfaatkan media modern dalam menyampaikan dakwah. Atas dasar itu, beliau kemudian membentuk tim media di lingkungan pondok dengan tujuan menyebarkan dakwah melalui Instagram dan media sosial lainnya, agar pesan-pesan keislaman dapat tersampaikan dengan lebih menarik serta menjangkau khalayak yang lebih luas.”⁶⁸ [WA.RM1.02]

Pondok Pesantren Sabilurrosyad turut merespons perkembangan teknologi dan perubahan pola komunikasi dengan mulai memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah dan pembelajaran sehingga nilai-nilai Islam dapat disampaikan secara lebih efektif, luas, dan sesuai dengan karakter masyarakat masa kini.

b) Dakwah Harus Mengikuti Zaman

Dakwah sebagai bentuk penyampaian nilai-nilai keislaman tidak dapat dilepaskan dari perkembangan zaman. Dalam konteks masyarakat modern yang sangat bergantung pada teknologi informasi, dakwah dituntut untuk menyesuaikan diri dengan media dan pola komunikasi yang digunakan oleh masyarakat. Menyampaikan pesan-pesan agama melalui media digital menjadi langkah strategis untuk menjangkau generasi yang lebih akrab dengan dunia digital. Dengan mengikuti perkembangan zaman, dakwah tidak kehilangan esensinya, tetapi justru

⁶⁸ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

memperluas jangkauan dan memperkuat relevansinya di tengah kehidupan masyarakat yang terus berubah.

Seiring perkembangan teknologi, metode dakwah juga harus bisa menyesuaikan. KH. Marzuqi Mustamar menyadari pentingnya hal ini sejak tahun 2017, ketika melihat majelis luar yang sudah memanfaatkan media sosial. Dari situlah beliau membentuk tim media di pondok untuk menyebarkan dakwah melalui Instagram. Tujuannya agar dakwah lebih menarik, mudah diakses, dan dapat menjangkau generasi muda yang akrab dengan dunia digital. Melalui konten-konten singkat dan visual seperti video satu menit, pesan-pesan keislaman dapat disampaikan dengan cara yang lebih relevan tanpa meninggalkan nilai-nilai utama ajaran Islam. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan selama penelitian, hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang disampaikan oleh Wildan Al-Kautsar, bahwa

“Sekarang ini kan zamannya sudah berubah, Mbak. Orang-orang, terutama anak muda, lebih sering buka Instagram atau YouTube daripada datang langsung ke pengajian. Jadi ya mau nggak mau, dakwah juga harus ikut berkembang. Kalau kita tetap pakai cara lama terus, pesan dakwah bisa kalah saing sama konten lain yang belum tentu bermanfaat.”⁶⁹ [WA.RM1.04]

⁶⁹ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

Dakwah perlu mengikuti perkembangan zaman agar pesan kebaikan tetap relevan dan dapat menjangkau generasi muda melalui media sosial dan teknologi yang kini lebih dekat dengan kehidupan mereka.

c) Instagram Sebagai Media Visual yang Menarik

Instagram sebagai media visual sangat efektif untuk dakwah karena mengutamakan gambar dan video pendek yang menarik perhatian. Konten seperti kutipan inspiratif, ceramah singkat, infografis islami, hingga cerita sehari-hari yang mengandung pesan moral bisa dengan mudah disebarkan dan diterima oleh pengguna, terutama generasi muda. Dengan desain yang kreatif dan pesan yang kuat, dakwah bisa terasa lebih dekat, ringan, namun tetap bermakna. Selain mudah diakses, Instagram juga punya fitur komentar, DM, reels, dan postingan quotes yang membuat interaksi lebih mudah dan pesan dakwah lebih cepat sampai ke masyarakat, terutama anak muda.

Berdasarkan dengan hasil wawancara, Wildan juga mengatakan bahwa:

“Tampilan instagram itu menarik ada gambar dan video. Jadi cocok banget buat dakwah yang dikemas secara visual, biar orang lebih gampang nangkap pesan dakwah. Apalagi kalau videonya singkat tapi isinya padat.”⁷⁰ [WA.RM1.06]

⁷⁰ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

Instagram sebagai media visual yang menarik memungkinkan dakwah disampaikan dengan cara yang lebih kreatif dan efektif, menjangkau lebih banyak orang, terutama generasi muda, dengan pesan yang mudah dipahami dan menarik.

d) Menjangkau Audiens yang Lebih Luas

Melalui Instagram, pesan dakwah tidak hanya diterima oleh kalangan santri atau jamaah pondok, tetapi juga oleh masyarakat umum, termasuk mereka yang berada jauh dari lokasi pondok pesantren. Hal ini memungkinkan ajaran Islam tersebar lebih luas dan cepat. Seperti yang dijelaskan oleh Wildan Alkautsar bahwa:

“Pondok pesantren juga perlu memanfaatkan media seiring dengan perkembangan zaman. Banyak dawuh-dawuh dari abah kyai yang seharusnya disebarluaskan, tidak hanya untuk santri, tetapi juga untuk masyarakat luas.”⁷¹ [WA.RM1.05]

Instagram memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas, tidak terbatas oleh lokasi atau waktu. Dengan jutaan pengguna aktif, pesan dakwah dapat tersebar cepat dan efektif ke berbagai kalangan.

e) Menyikapi Tantangan Sosial dan Arus Informasi Bebas

Di tengah derasnya arus informasi yang tidak selalu benar dan maraknya konten-konten negatif di media sosial, berbagai masalah atau

⁷¹ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

isu yang berkembang dalam masyarakat dapat mempengaruhi kesejahteraan, hubungan sosial, dan nilai-nilai yang ada. Dalam situasi ini, kehadiran akun dakwah di Instagram menjadi alternatif positif yang dapat membimbing umat kepada ajaran Islam yang rahmatan lil ‘alamin. Melalui konten-konten yang edukatif, inspiratif, dan positif, akun dakwah di Instagram bisa menjadi salah satu cara untuk menanggulangi dampak negatif dari arus informasi bebas serta mengarahkan umat kepada nilai-nilai Islam yang sejati. Sebagaimana informasi yang saya dapat, bahwa Wildan dalam menyikapi tantangan sosial dan arus informasi bebas ini, mengatakan:

“Menyikapi hal ini, kita harus lebih bijak dalam menyaring informasi. Sebagai individu, kita perlu memiliki kemampuan untuk memverifikasi kebenaran informasi sebelum membagikannya. Jangan sampai kita menjadi bagian dari penyebaran informasi yang salah, yang bisa memperburuk kondisi sosial. Selain itu, penting bagi masyarakat untuk terus mengedukasi diri dalam menghadapi tantangan ini, baik melalui pendidikan formal maupun non-formal.”⁷² [WA.RM2.07]

Menyikapi tantangan sosial dan arus informasi bebas, penting bagi kita untuk bijak dalam memilih dan menyebarkan informasi. Di tengah kemajuan teknologi yang memungkinkan akses informasi tanpa batas, kita perlu menyaring informasi yang datang, memastikan kebenarannya, dan menghindari penyebaran hoaks. Selain itu, penting

⁷² Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

untuk tetap menjaga nilai-nilai sosial dan budaya agar tidak tergerus oleh pengaruh negatif yang bisa merusak kehidupan masyarakat.

f) Peluang untuk Meningkatkan Citra dan Peran Ulama

Penggunaan Instagram juga membantu memperkenalkan tokoh-tokoh agama seperti KH. Marzuqi Mustamar sebagai ulama Ahlus Sunnah Wal Jamaah. Dengan platform ini, beliau dapat menyampaikan dakwah melalui berbagai konten seperti ceramah, kutipan-kutipan yang menginspirasi, serta sesi tanya jawab yang memungkinkan interaksi langsung dengan pengikutnya. Hal ini memudahkan ulama untuk mengakses generasi muda yang lebih sering menggunakan media sosial, serta menyampaikan ajaran agama yang mudah dimengerti dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Instagram memudahkan ulama untuk membangun dan mempertahankan citra positif mereka, karena platform ini memungkinkan ulama untuk tampil sebagai pembimbing spiritual yang dekat dengan masyarakat. Selain itu, Instagram juga memberikan ruang bagi ulama untuk merespons isu-isu sosial dan keagamaan dengan cara yang lebih relevan dan sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga dakwah yang disampaikan tetap efektif dan menarik bagi berbagai lapisan masyarakat. Seperti yang disampaikan oleh Wildan bahwa:

“Kalau dari sisi dampak positifnya itu banyak orang lebih mengenal siapa tokoh yang diangkat. Contohnya abah kyai Marzuqi jadi orang tau kalau beliau ternyata Ahlisunnah Wal

Jamaah, Ahli Hadist. Jadi dampak positifnya lebih mengenal siapa sosok yang disorot dalam media.⁷³ [WA.RM2.10]

Dengan demikian, penggunaan media sosial memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk lebih mengenal tokoh-tokoh agama dan ajaran mereka, sekaligus memperkuat peran ulama dalam menyebarkan pengetahuan agama.

2. Strategi Dakwah Melalui Instagram

Dalam menghadapi era digital yang terus berkembang, Pondok Pesantren Sabilurrosyad mengembangkan pendekatan dakwah yang lebih adaptif dengan memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram. Strategi ini dirancang agar pesan-pesan keislaman yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, khususnya generasi muda yang merupakan pengguna aktif platform digital.

Beberapa strategi utama yang diterapkan dalam dakwah melalui Instagram adalah sebagai berikut:

a) Pembagian Divisi dalam Tim Media

Pembagian divisi dalam tim media bertujuan untuk memaksimalkan kinerja dan memastikan setiap tugas berjalan dengan efisien. Setiap anggota

⁷³ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

tim ditempatkan pada divisi sesuai dengan keahlian dan tanggung jawab mereka. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Wildan Alkautsar bahwa:

“Strategi yang kami gunakan adalah membentuk beberapa divisi. Setiap divisi punya tugas masing-masing, tapi semuanya saling berkaitan satu sama lain. Misalnya, di Instagram Abah, kami hampir setiap hari mengunggah kegiatan Abah Kyai saat sedang ngaos, baik di pondok maupun di luar. Nah, untuk mengelola itu ada divisi khusus yang menangani konten, yang kami sebut divisi perkontenan.”⁷⁴ [WA.RM2.08]

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa salah satu strategi yang diterapkan adalah dengan membentuk tim yang terstruktur dalam berbagai divisi. Tujuannya adalah untuk memastikan kelancaran dan efektivitas dalam pengelolaan konten, serta mencapai tujuan bersama dalam menyebarkan dakwah secara lebih efisien. Untuk mengoptimalkan pengelolaan akun dakwah, tim media pondok dibagi ke dalam beberapa divisi sesuai dengan bidang tugas masing-masing. Diantaranya:

- Pimpinan dan Penanggung Jawab, bertujuan untuk mengkoordinasikan seluruh kegiatan tim, memastikan setiap divisi berfungsi dengan baik, serta bertanggung jawab atas kesuksesan proyek secara keseluruhan.
- Divisi Video Editing dan Publikasi, bertujuan untuk mengedit dan menghasilkan konten video yang menarik serta berkualitas untuk

⁷⁴ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

publikasi, memastikan konten dakwah dapat disebarakan dengan efektif melalui berbagai platform media sosial.

- Divisi Desain Grafis, bertujuan untuk membuat desain grafis yang mendukung konten dakwah, seperti poster, infografis, dan materi visual lainnya, untuk memperkuat pesan dakwah yang disampaikan dan menarik perhatian audiens.
- Divisi Terjemah Kitab, bertujuan untuk menerjemahkan kitab atau referensi agama dari bahasa aslinya ke dalam bahasa yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat, untuk memperluas pemahaman dan pengetahuan umat terhadap ajaran Islam.
- Divisi Live Streaming, bertujuan untuk menyelenggarakan dan mengelola siaran langsung acara-acara penting, seperti pengajian atau ceramah, agar dapat diakses oleh audiens secara langsung dan lebih luas melalui platform digital.

b) Pemilihan Topik yang Aktual dan Kontekstual dengan Penyajian Konten yang Menarik dan Kreatif

Dalam menyampaikan dakwah melalui media sosial, pemilihan topik menjadi aspek yang sangat penting. Topik yang diangkat harus bersifat aktual, yakni sesuai dengan isu-isu terkini yang sedang diperbincangkan masyarakat, serta kontekstual, yakni relevan dengan kondisi dan kebutuhan audiens. Hal ini bertujuan agar pesan dakwah terasa

dekat, membumi, dan mampu menjawab persoalan-persoalan yang sedang dihadapi umat.

Selain itu, penyajian konten harus dibuat semenarik dan sekreatif mungkin agar tidak kalah saing dengan berbagai jenis konten lain di media sosial. Konten dakwah bisa dikemas dalam bentuk video singkat, desain grafis, kutipan inspiratif, atau live streaming yang interaktif. Dengan pendekatan ini, dakwah tidak hanya menjadi sarana penyampaian ilmu agama, tetapi juga menjadi media yang mampu menarik perhatian, menyentuh emosi, serta mengajak audiens untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam secara lebih menyenangkan dan mudah diterima. Sebagaimana mana yang dinyatakan oleh Wildan Al-Kautsar bahwa:

“Biasanya kita ambil topik yang memang lagi dibutuhkan atau lagi ramai dibahas, biar kontennya nggak cuma asal posting tapi benar-benar nyambung sama kondisi sekarang. Misalnya pas bulan puasa, kita bahas soal niat puasa, atau kalau ada isu yang rame kayak tentang nasab, itu kita angkat juga. Kita potong dari live streaming Abah Kyai, terus yang bagian penting atau menarik kita jadikan video satu menit buat diunggah ke Instagram. Dikasih caption singkat biar orang langsung paham, terus biasanya juga kita share link YouTube-nya ke grup alumni atau jamaah biar bisa nonton versi lengkapnya. Jadi nggak cuma asal upload, tapi kita pikirkan juga gimana caranya biar audiens tertarik dan tetap nyambung sama dakwah yang kita bawa.”⁷⁵
[WA.RM2.09]

⁷⁵ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

Mas Arya, selaku bagian tim media pengelola Instagram juga menambahkan bahwa:

“Kita usahakan kontennya nggak cuma isinya bagus, tapi tampilannya juga menarik. Biasanya kita pakai desain grafis atau ilustrasi yang bisa langsung menyita perhatian orang. Terus kalau ada ayat Al-Qur’an, hadits, atau dawuh Abah, kita buat versi infografisnya biar gampang dipahami. Kadang juga kita ambil kutipan motivasi dari Abah, terus kita bikin pakai tulisan yang estetik, typography-nya dibikin rapi dan enak dilihat, biar pas dilihat tuh langsung kena di hati.”⁷⁶ [AR.RM2.02]

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dakwah melalui media sosial sangat dipengaruhi oleh kemampuan memilih topik yang tepat serta menyajikan konten secara menarik dan kreatif, agar pesan dakwah tidak hanya sampai, tetapi juga berkesan dan diterima dengan baik oleh audiens.

c) Konsistensi dan Pengelolaan Jadwal Posting pada Media Sosial

Dalam dunia dakwah digital, konsistensi dan pengelolaan jadwal posting merupakan dua faktor yang sangat penting untuk mencapai audiens yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pengikut di media sosial. Penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah tidak hanya bergantung pada kualitas konten, tetapi juga pada bagaimana konten

⁷⁶ Wawancara online via WhatsApp dengan Arya Reksanegara, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Senin, 21 April 2025, pukul 12.00

tersebut disajikan secara teratur dan tepat waktu. Seperti yang dinyatakan oleh Arya Reksanegara bahwa:

“Misalnya, coba gunakan tagar seperti #HaditsHarian atau #JumatBerkah. Ini kan udah jadi kebiasaan banyak orang di media sosial, jadi audiens bakal lebih mudah tertarik dan merasa relate. Terus, jangan lupa manfaatkan waktu-waktu ketika audiens paling aktif, seperti pagi, siang, atau malam setelah kerja atau sekolah. Biasanya, kalau posting di jam-jam itu, kemungkinan orang lihat dan interact dengan konten kita lebih tinggi. Jadi, penting banget untuk ngerti kapan audiens kita lagi on, biar postingan bisa maksimal.”⁷⁷ [AR.RM2.03]

Penting untuk memilih waktu yang tepat dan menggunakan tagar yang populer agar konten dakwah lebih menarik bagi audiens di media sosial. Dengan memahami kebiasaan audiens dan memanfaatkan waktu ketika mereka paling aktif, seperti pagi, siang, atau malam setelah kerja atau sekolah, konten memiliki peluang lebih besar untuk dilihat dan mendapatkan interaksi yang lebih tinggi. Pemilihan waktu dan tagar yang tepat dapat meningkatkan efektivitas dakwah di platform digital.

Meskipun demikian, upaya untuk konsisten dalam mengunggah konten dakwah terus dilakukan, ada beberapa kendala yang dihadapi oleh tim. Sebagian besar kendala tersebut berkaitan dengan aspek konsistensi pengunggahan konten, yang dipengaruhi oleh kesibukan masing-masing anggota tim. An Nisa Uswatun Khasanah menuturkan:

“Kalau kendala aku rasa di konsistennya ya, soalnya aku sama mas Arya sama sama kerja. Jadi beberapa konten kadang gak

⁷⁷ Wawancara online via whatsapp dengan Arya Reksanegara, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Senin, 21 April 2025, pukul 12.00

terupload sesuai jadwal. Terus juga kadang kita dapat reels nya dari cuplikan video livenya abah, nah dari situ kita gak mesti liat live nya karena kesibukan masing-masing. Jadi ya kaya kekurangan konten.”⁷⁸ [AUK.RM2.01]

Wildan, menambahkan bahwa:

“Misalkan hari ini kita waktunya posting, karena kesibukan kru belum bisa mengedit akhirnya molor satu hari. Tetapi kalau Ramadhan kita utamakan ada ngaji satu menit, itu memang sehari harus upload dan itupun kalau sudah jadi insyaallah malam sudah ada postingan terbaru.”⁷⁹ [WA.RM2.11]

Pernyataan ini menunjukkan bahwa meskipun sudah ada jadwal yang dirancang, pelaksanaannya masih sangat bergantung pada kesiapan dan waktu luang dari para kru media, yang sebagian besar merupakan jamaah umum atau alumni dan bukan pekerja penuh waktu. Namun demikian, tim media tetap berupaya menjaga konsistensi, terutama di momen-momen penting seperti bulan Ramadhan.

Pengelolaan jadwal posting juga dilakukan dengan mempertimbangkan tema-tema yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat. Tim media memiliki divisi-divisi yang saling berkaitan, seperti divisi perkontenan dan publikasi, yang berperan dalam menentukan konten apa yang akan diposting dan kapan waktu yang tepat untuk membagikannya. Misalnya, ketika ada isu yang ramai dibicarakan terkait

⁷⁸ Wawancara online via whatsapp dengan An nisa Uswatun Khasanah, selaku anggota divisi desain grafis, pada hari Rabu, 23 April 2025, pukul 09.35

⁷⁹ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

nasab, maka konten yang diunggah akan menyesuaikan agar tetap aktual dan menarik perhatian audiens.

Dengan pendekatan ini, akun dakwah @Ngaos_Abah berusaha untuk tidak hanya hadir secara rutin di media sosial, tetapi juga menyajikan konten yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hal ini membuktikan bahwa konsistensi dan pengelolaan jadwal posting bukan sekadar teknis unggah-mengunggah, tetapi bagian dari strategi dakwah yang terencana dan responsif terhadap dinamika sosial.

d) Mengangkat Cuplikan dari Kajian Langsung (*Live Streaming*) dengan Format yang Ringkas dan Visual

Salah satu strategi yang digunakan oleh tim media dakwah di Pondok Pesantren Sabilurrosyad adalah dengan mengangkat cuplikan dari kajian langsung (live streaming) kemudian mengemasnya dalam format yang ringkas dan visual agar lebih mudah diterima oleh audiens media sosial. Potongan kajian tersebut biasanya diambil dari bagian-bagian penting dan inti pembahasan, lalu disunting menjadi video pendek berdurasi sekitar satu menit dan dipublikasikan melalui akun Instagram @Ngaos_Abah agar memudahkan jamaah yang tidak sempat hadir secara langsung untuk tetap mendapatkan ilmunya. Seperti yang dikatakan oleh Wildan Alkautsar:

“Jadi sumber-sumber konten Ngaos Satu Menit di Instagram biasanya diambil dari rekaman live streaming Abah Kyai. Bagian yang penting dipotong lalu diunggah ke Instagram, agar

jamaah terutama yang tidak sempat ikut kajian langsung tetap bisa mengikuti lewat online. Video diberi deskripsi singkat dan link-nya dibagikan ke grup alumni dan jamaah. Live streaming biasanya berdurasi minimal 30 menit, dan bagian pentingnya juga dipotong untuk dibagikan ulang agar lebih mudah diakses.”
⁸⁰ [WA.RM2.12]

Melalui pengolahan cuplikan kajian dalam format ringkas dan visual, tim media dakwah Pondok Pesantren Sabilurrosyad berhasil membuat ilmu lebih mudah diakses oleh jamaah, bahkan bagi mereka yang tidak dapat hadir langsung.

e) Respon Interaktif terhadap Audiens

Dalam setiap aktivitas dakwah di media sosial, tentu akan ada beragam tanggapan dari para pengguna. Begitu juga dengan konten-konten yang dibagikan oleh akun Instagram Pondok Pesantren. Secara umum, komentar yang masuk dari netizen cenderung positif. Komentar, pertanyaan, dan reaksi dari audiens menjadi bahan evaluasi dan ide konten selanjutnya. Ketika muncul banyak pertanyaan dari netizen, tim akan menjadikan itu sebagai bahan konten baru atau klarifikasi dakwah. Respon dari audiens

“Kebanyakan respon atau tanggapannya dari netizen itu positif, misalnya ada yang bilang, “makasih Kyai,” atau saling mengingatkan dalam kebaikan. Tapi ada juga beberapa komentar negatif, terutama saat topiknya sensitif seperti soal nasab. Ada yang setuju, ada juga yang kurang setuju, bahkan ada yang komentar mengajak debat. Tapi secara keseluruhan, respon

⁸⁰ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

yang masuk lebih banyak yang mendukung dan positif.⁸¹
[WA.RM3.14]

Hal ini menunjukkan bahwa respon audiens terbukti memiliki peran yang signifikan dalam mendukung efektivitas dakwah melalui media sosial. Komentar, pertanyaan, dan tanggapan dari para pengguna tidak hanya menjadi bentuk apresiasi, tetapi juga menjadi sumber inspirasi dan evaluasi bagi pengelola akun dakwah. Dengan memperhatikan respon tersebut, konten yang dihasilkan dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan dan harapan audiens, sehingga dakwah yang disampaikan menjadi lebih relevan, kontekstual, dan berdampak.

3. Jenis Konten Dakwah dan Respon Audiens

a) Jenis Konten Dakwah

Media sosial Instagram @Ngaos_Abah dikelola secara kreatif dengan beragam jenis konten yang dirancang untuk menarik minat dan menyampaikan pesan dakwah secara efektif. Jenis konten yang paling dominan digunakan antara lain:

1) Video Singkat (Reels)

Merupakan konten unggulan dan paling diminati oleh audiens.

Konten ini biasanya berupa potongan pengajian atau ceramah KH.

⁸¹ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

Marzuqi Mustamar yang berdurasi sekitar satu menit. Konten ini dikenal dengan sebutan “Ngaos Satu Menit.” Reels dipilih karena lebih mudah dipahami, cepat ditonton, dan sangat cocok dengan karakteristik pengguna media sosial saat ini yang menyukai informasi singkat namun padat isi. Wildan Al Kautsar menyatakan bahwa:

“Kebanyakan reels, kalau quotes itu ada cuman beberapa. Hampir 80% itu orang-orang lebih suka mendengarkan daripada membaca terutama dalam bentuk nukilan atau pengaosan singkat dan kilat, jadi kami bisa menyimpulkan bahwa konten dengan format video dan suara lebih efektif. Maka dari itu, akun Ngaos Abah menghadirkan konten Ngaos Satu Menit dalam bentuk reels yang berbobot, agar audiens dapat lebih mendalami materi yang disampaikan.”⁸² [WA.RM3.13]

Berdasarkan pengamatan terhadap pola keterlibatan audiens, terlihat bahwa sebagian besar sekitar 80% lebih menyukai konten dalam bentuk audio-visual dibandingkan dengan konten teks seperti quotes. Hal ini menunjukkan bahwa audiens lebih tertarik untuk mendengarkan daripada membaca, terutama dalam konten yang berisi nukilan-nukilan atau pengajaran agama (pengaosan).

Sebagai bentuk upaya menyampaikan dakwah yang relevan dengan gaya hidup digital masyarakat saat ini, konten-konten yang diunggah melalui reels di akun @Ngaos_Abah tidak hanya menekankan aspek visual dan audio, tetapi juga menggunakan bahasa yang santai, gaul,

⁸² Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

mudah dipahami, dan bisa disesuaikan dengan tren terkini. Meskipun menggunakan Bahasa yang lebih ringan dan tidak terlalu formal, kualitas isi tetap dijaga dengan menampilkan hadist-hadist pilihan. Sesuai yang diungkapkan oleh Arya Reksanegara bahwa:

“Konten dakwah yang diunggah direels berupa hadist pilihan dari kitab bulughul maram, kitab mukhtarul ahadist, kitab riyadus sholihin, kitab muqtathfat li ahli bidayah”⁸³
[AR.RM3.04]

Reels dakwah di akun @Ngaos_Abah berhasil menyampaikan materi keislaman secara ringkas, menarik, dan tetap berbobot. Dengan mengangkat hadist pilihan dari kitab-kitab klasik dan dikemas dalam format audio-visual, konten ini mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan membantu mereka memahami ajaran Islam secara lebih mudah dan mendalam.

2) Quotes

Quotes menjadi elemen penting dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman secara singkat, padat, dan menyentuh. Konten ini biasanya berisi kutipan ayat Al-Qur’an, hadis, atau nasihat para ulama yang dikemas dalam bentuk visual menarik. Gaya bahasa yang digunakan cenderung sederhana agar mudah dipahami semua kalangan, terutama

⁸³ Wawancara online via WhatsApp dengan Arya Reksanegara, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 23 April 2025, pukul 09.48

pengguna media sosial yang lebih suka konten cepat dan langsung pada inti.

Isi quotes dipondok pesantren dapat berupa kutipan dari dawuh Abah Kyai atau potongan hadis dan nasihat ulama yang disampaikan dalam bentuk desain grafis. Meskipun ada, jenis konten ini tidak sebanyak video, karena secara umum audiens lebih menyukai konten audio-visual. Sebagaimana Wildan mengungkapkan bahwa:

“Kebanyakan reels, kalau quotes itu ada cuman beberapa. Hampir 80% itu orang-orang lebih suka mendengarkan daripada membaca terutama dalam bentuk nukilan atau pengaosan singkat dan kilat”⁸⁴ [WA.RM3.13]

Jadi dapat disimpulkan bahwa di Pondok Pesantren Sabilurrosyad konten dakwah berbasis audio-visual, seperti reels, lebih diminati oleh audiens dibandingkan dengan konten berbentuk teks atau kutipan. Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian pesan melalui suara dan gambar dinilai lebih menarik dan mudah dicerna oleh pengguna media sosial masa kini.

Walaupun jumlah konten quotes tidak sebanyak reels, jenis konten ini tetap dipertahankan sebagai bagian dari strategi dakwah digital. Penggunaan quotes memiliki daya tarik tersendiri, terutama ketika

⁸⁴ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

disajikan dengan gaya bahasa yang santai, gaul, dan mengikuti tren kekinian. Seperti yang diungkapkan oleh Arya Reksanegara bahwa:

“Dalam mengunggah reels atau quotes, sebaiknya menggunakan Bahasa yang santai, gaul, mudah dipahami, tidak terlalu formal, dan disesuaikan dengan trend terkini.”⁸⁵
[AR.RM3.05]

Quotes tetap penting meskipun tidak sebanyak reels, karena bisa menghindari kesan monoton dan memberi variasi dalam konten. Dengan menggunakan kutipan yang tepat, pesan dakwah bisa tetap disampaikan dengan singkat namun bermakna. Variasi ini juga penting agar audiens tidak bosan dan dakwah bisa menjangkau lebih banyak orang.

3) Cuplikan Kajian dan Siaran Langsung (Live Streaming)

Konten berupa cuplikan kajian menjadi salah satu bentuk dakwah yang efektif di media sosial. Potongan video dari pengajian Abah Kyai Marzuqi yang dikemas secara singkat dan padat memudahkan audiens untuk memahami inti materi tanpa harus mengikuti kajian secara penuh.

Sementara itu, siaran langsung atau live streaming memang menjadi sarana yang baik untuk menjangkau jamaah secara real-time. Namun, khusus untuk akun Instagram @Ngaos_Abah, konten live streaming tidak pernah dilakukan secara langsung di Instagram. Siaran langsung

⁸⁵ Wawancara online via WhatsApp dengan Arya Reksanegara, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 23 April 2025, pukul 09.48

biasanya hanya tersedia di akun YouTube, yang lebih mendukung durasi panjang dan kualitas video lebih stabil.

Dengan demikian, akun Instagram lebih difokuskan pada penyebaran potongan-potongan dakwah singkat yang diambil dari pengajian yang sudah disiarkan di platform lain, terutama YouTube. Cara ini tetap efektif untuk menyampaikan dakwah ke lebih banyak orang, karena disesuaikan dengan kebiasaan pengguna media sosial saat ini.

Kajian rutin yang disiarkan secara langsung melalui YouTube kemudian dipotong dan diunggah ulang ke Instagram. Potongan ini biasanya menampilkan poin penting dari kajian yang bersifat tematik, misalnya tentang hukum fikih, akidah, atau isu sosial-keagamaan. Seperti yang diungkapkan oleh Wildan:

“Jadi sumber-sumber satu menit dari Instagram itu diambil dari rekaman streaming live Abah Kyai, bagian yang penting dipotong lalu diunggah di Instagram”⁸⁶ [WA.RM2.12]

Cuplikan kajian dan siaran langsung (live streaming) membantu dakwah lebih mudah sampai ke masyarakat. Melalui potongan ceramah yang singkat dan jelas, pesan keislaman bisa diterima dengan cepat dan tetap bermakna. Cara ini juga membuat masyarakat merasa lebih dekat

⁸⁶ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

dengan ulama, karena bisa langsung menyimak penjelasan dan mendapatkan jawaban atas berbagai persoalan yang sedang dihadapi.

4) Konten Kontekstual dan Responsif

Kontekstual artinya konten dibuat sesuai dengan konteks atau kondisi yang sedang terjadi. Misalnya, saat bulan Ramadhan, konten tentang puasa, keutamaan ibadah malam, atau zakat akan lebih relevan. Responsif berarti konten yang mampu menjawab pertanyaan, komentar, atau kebutuhan spiritual audiens secara cepat dan tepat.

Konten ini dibuat untuk merespons isu yang sedang hangat di bicarakan oleh masyarakat, seperti perdebatan tentang niat puasa atau topik sensitif seperti nasab. Konten semacam ini dibuat agar dakwah tetap relevan dengan realitas sosial dan menjangkau perhatian publik yang lebih luas. Sesuai yang dikatakan oleh Wildan, bahwa:

“Contohnya seperti kemarin yang sempat viral itu terkait niat. Jadi waktu hari pertama puasa itu niatnya ada dua. yang pertama itu niat untuk menjalankan puasa selama sebulan penuh di bulan Ramadhan, yang kedua, ada niat setiap hari, yang kita lakukan setiap malam sebelum sahur.”⁸⁷ [WA.RM2.08]

Jenis konten ini disusun berdasarkan konteks waktu atau peristiwa yang sedang berlangsung. Contoh yang bisa diambil dari Pondok Pesantren Sabilurrosyad saat ini adalah tentang tema ramadhan. Pada

⁸⁷ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

saat niat puasa di bulan ramadhan, yang pertama itu niat untuk menjalankan puasa selama sebulan penuh di bulan Ramadhan, yang kedua ada niat setiap hari, yang kita lakukan setiap malam sebelum sahur. Contoh kedua tentang isu nashab ketika isu terkait nasab sedang ramai diperbincangkan, tim memotong bagian ceramah Abah Kyai yang relevan untuk diunggah agar masyarakat mendapatkan pencerahan dan perspektif Ahlussunnah wal Jamaah.

Hadirnya konten kontekstual yang disertai respons yang tepat, dakwah dapat tersampaikan secara lebih relevan, aktual, dan menyentuh kebutuhan informasi masyarakat, sekaligus menjaga nilai-nilai ajaran yang lurus dan menenangkan di tengah dinamika isu yang berkembang.

b) Respon Audiens

Respon dari para pengikut akun dakwah Pondok Pesantren Sabilurrosyad secara umum sangat positif. Hal ini terlihat dari komentar yang masuk, jumlah views, bertambahnya followers tiap hari dan tingkat interaksi yang tinggi terhadap konten-konten yang diunggah.

1) Respon Positif

Mayoritas audiens berasal dari kalangan Nahdlatul Ulama (NU) dan mereka menyambut baik konten dakwah yang ditampilkan. Banyak komentar yang berisi ucapan terima kasih, dukungan, dan apresiasi terhadap isi kajian maupun metode penyampaian dakwah. Respon positif juga mencerminkan bahwa konten dakwah tersebut mampu

menyentuh kebutuhan spiritual masyarakat dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Seperti yang diungkapkan oleh Wildan yakni:

“Kebanyakan yang mengikuti akun abah kyai itu NU tulen, jadi maksudnya memang benar-benar orang yang mengikuti NU dan benar-benar orang Ahlissunnah Waljamaah. Jadi kalau saya lihat beberapa tanggapan dari netizen itu kebanyakan tanggapan positif. Seperti: “makasih kyai”, dan saling mengingatkan.”⁸⁸
[WA.RM3.14]

Respon positif yang muncul, seperti ucapan terima kasih, dukungan, dan apresiasi, menjadi indikator bahwa dakwah yang disampaikan telah berhasil menjangkau kebutuhan spiritual mereka. Bahasa yang sederhana, penyampaian yang hangat, serta kedekatan nilai-nilai Ahlissunnah wal Jamaah menjadikan konten tersebut relevan dan menyentuh hati.

2) Respon Negatif dan Tantangan

Respon negatif dan tantangan merupakan bagian yang tidak dapat dihindari dalam setiap upaya penyebaran dakwah, terutama melalui media sosial. Meskipun sebagian besar audiens memberikan tanggapan yang positif, isu-isu sensitif seperti nasab seringkali memunculkan perbedaan pendapat yang dapat memicu kritik atau debat. Hal ini menuntut tim media untuk selalu siap menghadapi berbagai reaksi,

⁸⁸ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

sambil menjaga integritas dan bijaksana dalam merespon. Seperti yang diungkapkan oleh Wildan:

“Tapi ada juga beberapa komentar negatif, terutama saat topiknya sensitif seperti soal nasab. Ada yang setuju, ada juga yang kurang setuju, bahkan ada yang komentar seperti mengajak debat. Tapi secara keseluruhan, respon yang masuk lebih banyak yang mendukung dan positif.”⁸⁹ [WA.RM3.14]

Meskipun secara umum respons audiens terhadap konten dakwah tergolong positif, tidak dapat dipungkiri bahwa konten yang membahas isu sensitif seperti nasab juga memunculkan respons negatif dari sebagian kecil audiens. Respon tersebut biasanya muncul dalam bentuk kritik atau ajakan debat di kolom komentar. Namun demikian, tim media tetap menanggapi secara bijak dan menjadikannya sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas konten ke depannya.

3) Indikator Keberhasilan Konten

Indikator keberhasilan konten dakwah dapat diukur melalui berbagai aspek yang mencakup tingkat interaksi audiens, dampak yang ditimbulkan, serta sejauh mana pesan dakwah dapat diterima dan dipahami. Beberapa indikator yang umum digunakan antara lain jumlah komentar, likes, followers yang bertambah setiap harinya, dan share sebagai bentuk apresiasi audiens, serta kualitas respons yang diberikan,

⁸⁹ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

baik positif maupun konstruktif. Selain itu, keberhasilan juga bisa dilihat dari peningkatan pemahaman atau perubahan sikap audiens terhadap topik yang dibahas. Hal ini menunjukkan seberapa efektif konten dalam mencapai tujuannya, yakni menyampaikan nilai-nilai keislaman yang bermanfaat. Wildan menyatakan bahwa:

“Yang pertama kami mengukur dari respon positif netizen, dan juga viewersnya banyak. Dan kedua dilihat dari komentarnya. Kalau komentarnya banyak dan juga timbul-timbul pertanyaan itu berarti kami berhasil mengangkat suatu konten.”⁹⁰
[WA.RM3.15]

Dengan melihat indikator keberhasilan konten dakwah, seperti respon positif dari audiens, banyaknya viewers, serta interaksi berupa komentar dan pertanyaan, dapat disimpulkan bahwa konten tersebut berhasil mencapai tujuannya dalam menyampaikan pesan yang bermanfaat dan membangkitkan diskusi yang produktif. Hal ini menunjukkan bahwa konten dakwah tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mendorong pemahaman dan keterlibatan lebih lanjut dari audiens.

⁹⁰ Wawancara dengan Wildan Alkautsar, selaku anggota tim media pengelola Instagram, pada hari Rabu, 19 Maret 2025, pukul 11.00

BAB V

PEMBAHASAN

A. Latar Belakang Penggunaan Instagram sebagai Sarana Penyiaran Dakwah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat di era digital saat ini telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara menyampaikan ajaran agama Islam.⁹¹ Salah satu bentuk perubahan tersebut adalah beralihnya pola komunikasi masyarakat dari media konvensional ke media sosial. Instagram, sebagai salah satu platform media yang memiliki jangkauan luas dan dianggap sebagai sarana dakwah yang efektif yang berbasis visual yang sangat populer, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan generasi muda.⁹²

Peran media sosial di era saat ini sangat besar dalam kehidupan seseorang, mengingat hampir semua lapisan masyarakat telah memanfaatkannya dalam berbagai aspek kehidupan. Seiring berjalannya waktu, media sosial terus berkembang menjadi semakin canggih dan menarik minat para penggunanya. Jika dahulu smartphone hanya digunakan untuk SMS dan telepon, kini perangkat tersebut telah dilengkapi dengan berbagai aplikasi

⁹¹ Jokhanan Kristiyono, 'Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media Di Masyarakat', *Jurnal SCRIPTURA*, 5.1 (2015), hlm 25.

⁹² Ndana Ghilman Nadhiri, Wildan Yahya, dan N. Sausan Saleh, 'Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah Terkait Kesadaran Beribadah Mahasiswa Unisba', *Riset Komunikasi Penyiaran*, 2024, hlm 4 <<https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRKPI/article/view/3741>>.

yang mendukung aktivitas digital, termasuk penggunaan media sosial yang semakin meluas.⁹³

Salah satu bentuk perkembangan tersebut dapat dilihat dari fitur-fitur yang ditawarkan oleh platform media sosial, yakni Instagram. Platform ini menawarkan kemudahan dalam berbagi konten visual seperti foto, video, cerita, hingga fitur live streaming, yang tidak hanya menarik secara tampilan, tetapi juga mampu menjangkau audiens dalam waktu singkat dan dengan jangkauan yang sangat luas.

Melihat kenyataan ini, dakwah sebagai salah satu kewajiban umat Islam tidak bisa lagi hanya mengandalkan cara-cara konvensional seperti ceramah langsung di masjid atau majelis taklim. Dakwah harus mampu bertransformasi mengikuti perkembangan zaman agar tetap relevan dan menjangkau masyarakat secara efektif. Dalam konteks inilah, penggunaan Instagram sebagai media penyiaran dakwah menjadi sangat penting. Media sosial ini memberikan ruang bagi para pendakwah, khususnya generasi muda seperti mahasantri di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang, untuk mengekspresikan ide dakwah secara kreatif dan menarik, sekaligus tetap menjunjung nilai-nilai Islam.

⁹³ Desi Novita dan Tarishah Andana Parinduri, 'Analisis Perkembangan Zaman Terhadap Bahasa, Sikap Dan Akhlak Studi Kasus Pada Remaja Pengguna Media Sosial', *Jurnal Dialect*, 1.1 (2024), hlm 21.

Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang melihat peluang ini dengan membentuk tim media yang bertugas mengelola akun Instagram sebagai sarana dakwah digital. Tujuannya tidak hanya untuk menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga sebagai sarana pendidikan karakter, penguatan akidah, serta menanamkan nilai-nilai akhlakul karimah kepada masyarakat luas, khususnya generasi muda. Mahasantri memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti Reels, Stories, Feed, dan Live untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman dalam bentuk yang ringkas, padat, dan mudah diterima oleh pengguna media sosial.

Selain itu, penggunaan Instagram sebagai sarana dakwah juga dilandasi oleh kesadaran bahwa media sosial memiliki dua sisi positif dan negatif. Jika tidak digunakan dengan bijak, media sosial bisa menjadi sumber penyebaran hoaks, perpecahan, bahkan kerusakan moral. Oleh karena itu, penting bagi mahasantri sebagai agen perubahan untuk mengisi ruang digital dengan konten-konten dakwah yang beragam, seperti kutipan-kutipan keagamaan, ceramah singkat, gambar ilustratif, serta cerita-cerita inspiratif yang membangun, mencerahkan, dan sesuai dengan tuntunan syariat.⁹⁴ Dengan begitu, media sosial tidak hanya menjadi tempat hiburan, tetapi juga wadah pembelajaran agama yang menyenangkan dan mencerdaskan.

⁹⁴ Nadhiri, Yahya, dan Saleh, hlm 6.

Maka, penggunaan Instagram oleh mahasantri Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang bukan hanya sekadar mengikuti tren, melainkan sebagai bentuk ikhtiar dakwah yang adaptif, strategis, dan visioner dalam menjawab tantangan zaman. Lewat dakwah digital ini, ajaran Islam bisa menjangkau audiens yang lebih luas, lebih cepat, dan lebih efektif, sesuai dengan semangat zaman yang serba cepat dan visual.

Latar belakang penggunaan Instagram sebagai sarana penyiaran dakwah didasari oleh beberapa faktor utama yang berkaitan dengan perkembangan zaman, perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses informasi, serta kebutuhan untuk menyebarkan ajaran Islam secara lebih luas dan modern.

a) Perkembangan Teknologi dan Perubahan Pola Komunikasi

Di era digital, media sosial seperti Instagram menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi generasi muda.⁹⁵ Bagi masyarakat Indonesia, khususnya para remaja, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Hampir setiap waktu mereka mengakses media sosial melalui smartphone, seolah tak bisa lepas darinya. Hal ini karena media sosial memberikan

⁹⁵ Zumhur Alamin dan Rdanitha Missouri, 'Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pendukung Pembelajaran Agama Islam Di Era Digital', *TAJDID: Jurnal Pemikiran Keisla Man Dan Kemanusiaan*, 7.1 (2023), hlm 85
<<https://ejournal.iaimbima.ac.id/index.php/tajdid/article/view/1769/860>>.

berbagai kemudahan yang membuat remaja betah menghabiskan waktu di dunia maya.⁹⁶

Melalui media sosial, siapa saja bisa membagikan informasi terbaru kapan pun, dan orang lain pun bisa mengakses informasi tersebut kapan saja.⁹⁷ Komunikasi kini tidak lagi terbatas pada pertemuan langsung atau melalui media konvensional, tetapi sudah beralih ke platform digital yang lebih cepat dan luas jangkauannya. Hal ini mendorong berbagai elemen masyarakat, termasuk lembaga keagamaan seperti pondok pesantren, untuk beradaptasi dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah yang relevan dengan zaman.

Pondok Pesantren Sabilurrosyad sebagai lembaga pendidikan Islam turut merasakan dampak dari pesatnya perkembangan teknologi informasi. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi kehidupan masyarakat umum, tetapi juga mengubah cara pesantren menyampaikan ilmu dan berdakwah. Jika dahulu metode penyampaian ilmu hanya melalui pengajian langsung dan tatap muka, kini dakwah bisa dilakukan secara digital melalui media sosial dan platform online.⁹⁸

⁹⁶ Anang Sugeng Cahyono, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat DI Indonesia', 9.1 (2016), hlm. 140–157, doi:<https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>.

⁹⁷ Cahyono.

⁹⁸ Puji Yati dkk, 'Dakwah Islam Melalui Media Sosial Sebagai Sarana Pendidikan', *CV. Doki Course dan Trainin*, 2.1 (2023), hlm 50–56 (hlm 53).

Pola komunikasi yang awalnya bersifat satu arah dari kiai ke santri secara langsung bergeser menjadi lebih terbuka dan interaktif, terutama melalui media seperti Instagram. Santri maupun masyarakat luas kini dapat mengakses kajian Abah Kyai KH. Marzuqi Mustamar dari mana saja dan kapan saja. Ini merupakan bentuk adaptasi pesantren terhadap era digital, tanpa meninggalkan nilai-nilai tradisi keilmuan yang tetap dijaga.

Dengan adanya tim media yang mengelola konten dakwah secara profesional, Pondok Pesantren Sabilurrosyad berhasil menjadikan teknologi sebagai sarana perluasan jangkauan dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa pesantren bukan hanya mampu bertahan di tengah arus perubahan zaman, tetapi juga menjadi pelopor dalam menyebarkan ajaran Ahlus Sunnah wal Jamaah melalui pendekatan yang relevan dan modern.

Pondok Pesantren Sabilurrosyad mampu memanfaatkan teknologi sebagai sarana dakwah modern tanpa meninggalkan nilai tradisi, sehingga dakwah lebih luas, relevan, dan mudah diakses.

Perkembangan teknologi dan perubahan pola komunikasi telah mendorong Pondok Pesantren Sabilurrosyad untuk beradaptasi melalui pemanfaatan media digital. Dengan mengelola konten dakwah secara kreatif dan profesional di platform seperti Instagram, pesantren mampu

menjangkau masyarakat lebih luas tanpa meninggalkan nilai tradisi

b) Dakwah Harus Mengikuti Zaman

Di tengah pesatnya kemajuan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat, menyampaikan pesan-pesan agama melalui media digital menjadi langkah strategis untuk menjangkau generasi yang lebih akrab dengan dunia digital. Dengan mengikuti perkembangan zaman, dakwah tidak kehilangan esensinya, tetapi justru memperluas jangkauan dan memperkuat relevansinya di tengah kehidupan masyarakat yang terus berubah.

Abdul Basit menyatakan bahwa dakwah Islam perlu menyesuaikan diri dengan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang. Apabila dakwah tidak mampu mengikuti dinamika zaman, maka risikonya adalah dakwah menjadi tertinggal dan kurang relevan dalam menjawab tantangan kehidupan modern.⁹⁹

Seiring perkembangan teknologi, metode dakwah juga harus bisa menyesuaikan. KH. Marzuqi Mustamar menyadari pentingnya hal ini sejak tahun 2017, ketika melihat majelis luar yang sudah memanfaatkan media sosial. Dari situlah beliau membentuk tim media di pondok untuk menyebarkan dakwah melalui Instagram. Tujuannya

⁹⁹ Abdul Basit, *Wacana Dakwah Kontemporer* (STAIN Purwokerto dan Pustaka Pelajar, 2006), hlm 3.

agar dakwah lebih menarik, mudah diakses, dan dapat menjangkau generasi muda yang akrab dengan dunia digital. Melalui konten-konten singkat dan visual seperti video satu menit, pesan-pesan keislaman dapat disampaikan dengan cara yang lebih relevan tanpa meninggalkan nilai-nilai utama ajaran Islam.

Dakwah perlu mengikuti perkembangan zaman agar pesan kebaikan tetap relevan dan dapat menjangkau generasi muda melalui media sosial dan teknologi yang kini lebih dekat dengan kehidupan mereka. Langkah ini menunjukkan bahwa dakwah harus mampu mengikuti perkembangan zaman, dengan memanfaatkan teknologi sebagai sarana untuk menyampaikan nilai-nilai Islam secara lebih efektif, luas, dan sesuai dengan karakter masyarakat masa kini.¹⁰⁰

c) Instagram Sebagai Media Visual yang Menarik

Instagram sebagai media visual sangat efektif untuk dakwah karena mengutamakan gambar dan video pendek yang menarik perhatian.¹⁰¹ Konten seperti kutipan inspiratif, ceramah singkat, infografis islami, hingga cerita sehari-hari yang mengandung pesan moral bisa dengan mudah disebarkan dan diterima oleh pengguna, terutama generasi muda. Dengan desain yang kreatif dan pesan yang

¹⁰⁰Yati dkk, hlm 51.

¹⁰¹Made Vairagya Yogantari dan I Gusti Bagus Bayu Baruna Ariesta, 'Konten Visual Instagram Sebagai Media Diseminasi Publik Tentang Covid-19', *Senada*, 4 (2021), hlm. 101–106 <<https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/532/340>>.

kuat, dakwah bisa terasa lebih dekat, ringan, namun tetap bermakna. Selain mudah diakses, Instagram juga punya fitur komentar, DM, reels, dan postingan quotes yang membuat interaksi lebih mudah dan pesan dakwah lebih cepat sampai ke masyarakat, terutama anak muda.

Dengan kekuatan visual yang dimiliki Instagram, mahasiswa dapat menghasilkan berbagai jenis konten yang menarik, seperti infografis, ilustrasi, dan video pendek, yang tidak hanya menjangkau rekan seangkatan, tetapi juga mampu menginspirasi audiens yang lebih luas. Pemanfaatan hashtag khusus dan fitur tagging turut membantu memperjelas arah pesan dakwah yang disampaikan, sekaligus membangun koneksi antara mahasantri tim media Pondok Pesantren Sabilurrosyad dengan individu lain yang memiliki minat serupa di ranah digital.¹⁰² Instagram sebagai media visual yang menarik memungkinkan dakwah disampaikan dengan cara yang lebih kreatif dan efektif, menjangkau lebih banyak orang, terutama generasi muda, dengan pesan yang mudah dipahami dan menarik.

d) Menjangkau Audiens yang Lebih Luas

Melalui Instagram, pesan dakwah tidak hanya diterima oleh kalangan santri atau jamaah pondok, tetapi juga oleh masyarakat umum,

¹⁰² Nadhiri, Yahya, dan Saleh, hlm 4.

termasuk mereka yang berada jauh dari lokasi pondok pesantren. Hal ini memungkinkan ajaran Islam tersebar lebih luas dan cepat.

Instagram memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas, tidak terbatas oleh lokasi atau waktu.¹⁰³ Dengan jutaan pengguna aktif, pesan dakwah dapat tersebar cepat dan efektif ke berbagai kalangan.

e) Menyikapi Tantangan Sosial dan Arus Informasi Bebas

Di tengah derasnya arus informasi yang tidak selalu benar bisa disebut dengan istilah hoax dan maraknya konten-konten negatif di media sosial, berbagai masalah atau isu yang berkembang dalam masyarakat dapat mempengaruhi kesejahteraan, hubungan sosial, dan nilai-nilai yang ada. Fenomena hoax di media sosial bukan lagi hal baru di Indonesia. Cepatnya arus informasi dan kebiasaan masyarakat yang sering menerima informasi tanpa memilah terlebih dahulu membuat penyebaran hoax semakin marak. Hoax sendiri merupakan informasi palsu yang menyesatkan dan berbahaya karena disampaikan seolah-olah benar. Dampaknya, hoax dapat merusak citra, menurunkan kredibilitas, dan menimbulkan ketakutan bagi penerimanya.¹⁰⁴

Dalam situasi ini, kehadiran akun dakwah di Instagram menjadi alternatif positif yang dapat membimbing umat kepada ajaran Islam

¹⁰³ Nadhiri, Yahya, dan Saleh, hlm 7.

¹⁰⁴ Yogantari and Ariesta, hlm. 101–106.

yang rahmatan lil ‘alamin. Melalui konten-konten yang edukatif, inspiratif, dan positif, akun dakwah di Instagram bisa menjadi salah satu cara untuk menanggulangi dampak negatif dari arus informasi bebas serta mengarahkan umat kepada nilai-nilai Islam yang sejati.

Menyikapi tantangan sosial dan arus informasi bebas, penting bagi kita untuk bijak dalam memilih dan menyebarkan informasi. Di tengah kemajuan teknologi yang memungkinkan akses informasi tanpa batas, kita perlu menyaring informasi yang datang, memastikan kebenarannya, dan menghindari penyebaran hoaks. Selain itu, penting untuk tetap menjaga nilai-nilai sosial dan budaya agar tidak tergerus oleh pengaruh negatif yang bisa merusak kehidupan masyarakat.

f) Peluang untuk Meningkatkan Citra dan Peran Ulama

Era digital membuka banyak peluang bagi ulama untuk memperkuat peran mereka dalam pendidikan Islam. Melalui pemanfaatan teknologi digital, ulama dapat menyampaikan ajaran Islam kepada audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih efisien. Media sosial memungkinkan ulama berinteraksi langsung dengan masyarakat dan menjawab pertanyaan seputar agama.¹⁰⁵

¹⁰⁵ Afifah Novi Pujianingrum, Sri Katiwi, dan Amalia Khoirunisa, ‘Peran Ulama Dalam Pendidikan Islam Dan Implementasi Hukum Syariah Di Era Digital’, *Hidayah: Cendekia Pendidikan Islam Dan Hukum Syariah*, 1.2 (2024), hlm 15.

Penggunaan Instagram pada akun @Ngaos_Abah di Pondok Pesantren sabilurrosyad, dapat membantu memperkenalkan tokoh-tokoh agama seperti KH. Marzuqi Mustamar sebagai ulama Ahlus Sunnah Wal Jamaah. Dengan platform ini, beliau dapat menyampaikan dakwah melalui berbagai konten seperti ceramah, kutipan-kutipan yang menginspirasi, serta sesi tanya jawab yang memungkinkan interaksi langsung dengan pengikutnya. Hal ini memudahkan ulama untuk mengakses generasi muda yang lebih sering menggunakan media sosial, serta menyampaikan ajaran agama yang mudah dimengerti dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Instagram memudahkan ulama untuk membangun dan mempertahankan citra positif mereka, karena platform ini memungkinkan ulama untuk tampil sebagai pembimbing spiritual yang dekat dengan masyarakat. Selain itu, Instagram juga memberikan ruang bagi ulama untuk merespons isu-isu sosial dan keagamaan dengan cara yang lebih relevan dan sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga dakwah yang disampaikan tetap efektif dan menarik bagi berbagai lapisan masyarakat.

Dengan demikian, penggunaan media sosial memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk lebih mengenal tokoh-tokoh agama dan ajaran mereka, sekaligus memperkuat peran ulama dalam menyebarkan pengetahuan agama.

B. Strategi Dakwah Melalui Instagram

Dalam menghadapi era digital yang terus berkembang, Pondok Pesantren Sabilurrosyad mengembangkan pendekatan dakwah yang lebih adaptif dengan memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram. Strategi ini dirancang agar pesan-pesan keislaman yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, khususnya generasi muda yang merupakan pengguna aktif platform digital.

Beberapa strategi utama yang diterapkan dalam dakwah melalui Instagram adalah sebagai berikut:

a) Pembagian Divisi dalam Tim Media

Pembagian divisi dalam tim media di Pondok Pesantren Sabilurrosyad bertujuan untuk memaksimalkan kinerja dan memastikan setiap tugas berjalan dengan efisien. Setiap anggota tim ditempatkan pada divisi sesuai dengan minat, pengalaman dan tanggung jawab mereka.¹⁰⁶

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa salah satu strategi yang diterapkan adalah dengan membentuk tim yang terstruktur dalam berbagai divisi. Tujuannya adalah untuk memastikan kelancaran dan efektivitas dalam pengelolaan konten, serta mencapai tujuan bersama dalam menyebarkan dakwah secara lebih efisien. Untuk mengoptimalkan

¹⁰⁶ Afifah Tri Yuniyanti, Kaisa Nabila, dan Muhammad Muklas, 'Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Pelayanan Laboratorium Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah Manajemen Dakwah (Lazis Md) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10.14 (2024), hlm 32, doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.13234023>.

pengelolaan akun dakwah, tim media pondok dibagi ke dalam beberapa divisi sesuai dengan bidang tugas masing-masing. Diantaranya:

- Pimpinan dan Penanggung Jawab, bertujuan untuk mengkoordinasikan seluruh kegiatan tim, memastikan setiap divisi berfungsi dengan baik, serta bertanggung jawab atas kesuksesan proyek secara keseluruhan.
- Divisi Video Editing dan Publikasi, bertujuan untuk mengedit dan menghasilkan konten video yang menarik serta berkualitas untuk publikasi, memastikan konten dakwah dapat disebarakan dengan efektif melalui berbagai platform media sosial.
- Divisi Desain Grafis, bertujuan untuk membuat desain grafis yang mendukung konten dakwah, seperti poster, infografis, dan materi visual lainnya, untuk memperkuat pesan dakwah yang disampaikan dan menarik perhatian audiens.
- Divisi Terjemah Kitab, bertujuan untuk menerjemahkan kitab atau referensi agama dari bahasa aslinya ke dalam bahasa yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat, untuk memperluas pemahaman dan pengetahuan umat terhadap ajaran Islam.
- Divisi Live Streaming, bertujuan untuk menyelenggarakan dan mengelola siaran langsung acara-acara penting, seperti pengajian atau ceramah, agar dapat diakses oleh audiens secara langsung dan lebih luas melalui platform digital.

b) Pemilihan Topik yang Aktual dan Kontekstual dengan Penyajian Konten yang Menarik dan Kreatif

Di Pondok Pesantren Sabilurrosyad, pemilihan topik dakwah melalui media sosial dilakukan dengan mempertimbangkan isu-isu yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat. Pemilihan topik menjadi aspek yang sangat penting. Topik yang diangkat harus bersifat aktual, yakni sesuai dengan isu-isu terkini yang sedang diperbincangkan masyarakat, serta kontekstual, yakni relevan dengan kondisi dan kebutuhan audiens.¹⁰⁷ Dengan begitu, dakwah yang disampaikan melalui media sosial akan terasa lebih relevan, nyata, dan mampu menjawab persoalan yang dihadapi umat.

Selain itu, penyajian konten yang menarik dan kreatif, serta disesuaikan dengan karakteristik audiens, menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan dakwah agar mampu bersaing dengan beragam jenis konten lain yang tersebar di media sosial.¹⁰⁸ Konten dakwah bisa dikemas dalam bentuk video singkat, desain grafis, kutipan inspiratif, atau live streaming yang interaktif. Dengan pendekatan ini, dakwah tidak hanya menjadi sarana penyampaian ilmu agama, tetapi juga menjadi media yang mampu menarik perhatian, menyentuh emosi, serta mengajak audiens untuk

¹⁰⁷ Yati dkk, hlm 53.

¹⁰⁸ Darmawati and Muhammad Amaludin, 'Analisis Dakwah Ustadz Hannan Attaki Dalam Membimbing Generasi Z Melalui Postingan Instagram Pada Akun Pemuda Hijrah', *Jurnal Integrasi Pengetahuan Disiplin*, 6.1 (2025), hlm. 114.

memahami dan mengamalkan ajaran Islam secara lebih menyenangkan dan mudah diterima.

Dengan strategi pemilihan topik yang tepat serta penyajian konten yang menarik dan kreatif dakwah di media sosial dapat menjadi lebih efektif, menjangkau khalayak yang lebih luas, dan memberikan dampak positif yang nyata dalam kehidupan sehari-hari audiens.

c) Konsistensi dan Pengelolaan Jadwal Posting pada Media Sosial

Dalam dunia dakwah digital, konsistensi dan pengelolaan jadwal posting merupakan dua faktor yang sangat penting untuk mencapai audiens yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pengikut di media sosial. Penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah tidak hanya bergantung pada kualitas konten, tetapi juga pada bagaimana konten tersebut disajikan secara teratur dan tepat waktu.

Waktu yang digunakan generasi milenial untuk mengakses konten dakwah umumnya berada di luar jam kerja atau sekolah. Mereka lebih memilih mengonsumsi konten keagamaan pada waktu senggang, seperti malam hari atau akhir pekan, saat suasana lebih santai dan tersedia waktu luang untuk menyimak materi secara lebih mendalam. Pada malam hari atau saat beristirahat, media sosial sering menjadi bagian dari hiburan harian mereka. Hal ini membuka peluang bagi konten dakwah untuk tampil di

linimasa mereka dan menarik perhatian di tengah beragam konten lain yang sedang mereka konsumsi.¹⁰⁹

Konsistensi dan pengelolaan jadwal posting pada media sosial di Pondok Pesantren Sabilurrosyad sangat penting untuk memastikan dakwah dapat menjangkau audiens secara maksimal. Dengan merencanakan waktu posting yang tepat dan rutin, konten dakwah akan lebih mudah diakses oleh para jamaah, terutama di saat-saat audiens lebih aktif, seperti pagi, siang, atau malam setelah kegiatan sehari-hari. Pengelolaan jadwal yang baik juga membantu menjaga keterlibatan audiens dan memastikan pesan dakwah tetap relevan dan efektif di platform digital.

Meskipun demikian, upaya untuk konsisten dalam mengunggah konten dakwah terus dilakukan, ada beberapa kendala yang dihadapi oleh tim media. Sebagian besar kendala tersebut berkaitan dengan aspek konsistensi pengunggahan konten, yang dipengaruhi oleh kesibukan masing-masing anggota tim

Pernyataan ini menunjukkan bahwa meskipun di Pondok Pesantren Sabilurrosyad sudah ada jadwal yang dirancang, pelaksanaannya masih sangat bergantung pada kesiapan dan waktu luang dari para kru media, yang sebagian besar merupakan jamaah umum atau alumni dan bukan pekerja

¹⁰⁹ Chanra M dan Ramsiah Tasruddin, 'Peran Media Sosial Sebagai Platform Dakwah Di Era Digital: Studi Kasus Pada Generasi Milenial', *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8.1 (2025), hlm 876, doi:10.56338/jks.v8i1.6862.

penuh waktu. Namun demikian, tim media tetap berupaya menjaga konsistensi, terutama di momen-momen penting seperti bulan Ramadhan.

Pengelolaan jadwal posting juga dilakukan dengan mempertimbangkan tema-tema yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat. Tim media memiliki divisi-divisi yang saling berkaitan, seperti divisi konten dan publikasi, yang berperan dalam menentukan konten apa yang akan diposting dan kapan waktu yang tepat untuk membagikannya. Misalnya, ketika ada isu yang ramai dibicarakan terkait nasab, maka konten yang diunggah akan menyesuaikan agar tetap aktual dan menarik perhatian audiens.

Hal ini membuktikan bahwa konsistensi dan pengelolaan jadwal posting bukan sekadar persoalan teknis unggah-mengunggah, tetapi juga merupakan bagian dari strategi dakwah yang membutuhkan perencanaan, kolaborasi tim, dan kepekaan terhadap dinamika sosial agar pesan yang disampaikan tetap relevan, tepat sasaran, dan berdampak.

d) Mengangkat Cuplikan dari Kajian Langsung (*Live Streaming*) dengan Format yang Ringkas dan Visual

Salah satu strategi yang digunakan oleh tim media dakwah di Pondok Pesantren Sabilurrosyad adalah dengan mengangkat cuplikan dari kajian langsung (*live streaming*) kemudian mengemasnya dalam format yang ringkas dan visual agar lebih mudah diterima oleh audiens media sosial. Potongan kajian tersebut biasanya diambil dari bagian-bagian

penting dan inti pembahasan, lalu disunting menjadi video pendek berdurasi sekitar satu menit dan dipublikasikan melalui akun Instagram @Ngaos_Abah agar memudahkan jamaah yang tidak sempat hadir secara langsung untuk tetap mendapatkan ilmunya.

Siaran langsung atau live streaming memang menjadi sarana yang baik untuk menjangkau jamaah secara real-time. Selain itu, bagi yang tidak sempat mengikuti kajian secara langsung, dapat menyaksikannya kembali kapan saja sesuai waktu luang, tanpa terikat oleh batasan waktu dan lokasi.¹¹⁰

Namun, khusus untuk akun Instagram @Ngaos_Abah, konten live streaming tidak pernah dilakukan secara langsung di Instagram. Siaran langsung biasanya hanya tersedia di akun YouTube, yang lebih mendukung durasi panjang dan kualitas video lebih stabil.

e) Respon Interaktif terhadap Audiens

Respon interaktif terhadap audiens melalui media sosial tidak hanya menciptakan komunikasi dua arah, tetapi juga membentuk komunitas yang solid di sekitar pesan dakwah, di mana para pengikut dapat berdiskusi,

¹¹⁰ Hariya Toni dkk, 'Fenomena Cyber Religion Sebagai Ekspresi Keberagamaan Di Internet Pada Komunitas Shift', *Jurnal Dakwah Risalah*, 32.1 (2021), hlm. 56-74, doi:10.24014/jdr.v32i1.11626.

berbagi pengalaman, dan saling mendukung dalam memahami serta mengamalkan ajaran agama.¹¹¹

Dalam setiap aktivitas dakwah di media sosial, tentu akan ada beragam tanggapan dari para pengguna. Begitu juga dengan konten-konten yang dibagikan oleh akun Instagram @Ngaos_abah di Pondok Pesantren Sabilurrosyad. Secara umum, komentar yang masuk dari netizen cenderung positif. Komentar, pertanyaan, dan reaksi dari audiens menjadi bahan evaluasi dan ide konten selanjutnya. Ketika muncul banyak pertanyaan dari netizen, tim akan menjadikan itu sebagai bahan konten baru atau klarifikasi dakwah. Respon dari audiens

Hal ini menunjukkan bahwa respon audiens terbukti memiliki peran yang signifikan dalam mendukung efektivitas dakwah melalui media sosial. Komentar, pertanyaan, dan tanggapan dari para pengguna tidak hanya menjadi bentuk apresiasi, tetapi juga menjadi sumber inspirasi dan evaluasi bagi pengelola akun dakwah. Dengan memperhatikan respon tersebut, konten yang dihasilkan dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan dan harapan audiens, sehingga dakwah yang disampaikan menjadi lebih relevan, kontekstual, dan berdampak.

C. Jenis Konten Dakwah dan Respon Audiens

a) Jenis Konten Dakwah

¹¹¹ M dan Tasruddin, hlm 878.

Media sosial Instagram @Ngaos_Abah dikelola secara kreatif dengan beragam jenis konten yang dirancang untuk menarik minat dan menyampaikan pesan dakwah secara efektif. Jenis konten yang paling dominan digunakan antara lain:

1) Video Singkat (Reels)

Reels membuka peluang besar untuk menyampaikan dakwah tidak hanya melalui tampilan visual, tetapi juga dalam format audio-visual yang lebih menarik dan interaktif.¹¹² Fitur Reels di Instagram merupakan konten unggulan dari platform media sosial yang menarik perhatian karena memungkinkan pengguna menampilkan kombinasi gambar, video, dan audio sesuai dengan kebutuhan serta kreativitas mereka.¹¹³

Reels yang terdapat di Pondok Pesantren Sabilurrosyad, biasanya berupa potongan pengajian atau ceramah dari KH. Marzuqi Mustamar yang berdurasi sekitar satu menit. Konten ini dikenal dengan sebutan “Ngaos Satu Menit.” Reels dipilih karena lebih mudah dipahami, cepat ditonton, dan sangat cocok dengan karakteristik pengguna media sosial saat ini yang menyukai informasi singkat namun padat isi.

¹¹² Alvia Putri Laili Ramadani, ‘Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Strategi Dakwah Akun @littleakhwat.Id)’, 2024, hlm 4

¹¹³ Rifa Salsabila, ‘Pemanfaatan Media Fitur Reels Instagram Dalam Kreativitas Menulis Puisi’, *Bersatu: Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika*, 1.3 (2023), hlm. 9–18, doi:<https://doi.org/10.51903/bersatu.v1i3.241>.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pola keterlibatan audiens di Pondok Pesantren sabilurrosyad diketahui bahwa lebih dari 80% audiens cenderung lebih menyukai konten dalam bentuk audio-visual dibandingkan dengan konten teks seperti quotes. Hal ini menunjukkan bahwa audiens lebih tertarik untuk mendengarkan daripada membaca, terutama dalam konten yang berisi nukilan-nukilan atau pengajaran agama (pengaosan).

Sebagai bentuk upaya menyampaikan dakwah yang relevan dengan gaya hidup digital masyarakat saat ini, konten-konten yang diunggah melalui reels di akun @Ngaos_Abah tidak hanya menekankan aspek visual dan audio, tetapi juga menggunakan bahasa yang santai, gaul, mudah dipahami, dan bisa disesuaikan dengan tren terkini. Meskipun menggunakan Bahasa yang lebih ringan dan tidak terlalu formal, kualitas isi tetap dijaga dengan menampilkan hadist-hadist pilihan yang diambil dari kitab-kitab klasik seperti Bulughul Maram, Mukhtaru Al-Ahadits, Riyadus Sholihin, dan Muqtathafat li Ahli Bidayah.

Reels dakwah di akun @Ngaos_Abah berhasil menyampaikan materi keislaman secara ringkas, menarik, dan tetap berbobot. Dengan mengangkat hadist pilihan dari kitab-kitab klasik dan dikemas dalam format audio-visual, konten ini mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan membantu mereka memahami ajaran Islam secara lebih mudah dan mendalam.

2) Quotes

Kutipan atau dalam bahasa Inggris disebut “quotes” adalah potongan kalimat singkat, baik lisan maupun tulisan, yang memuat ide, gagasan, atau pesan penting bagi pembacanya. Quotes ini dapat berasal dari berbagai referensi seperti media cetak, media online, media sosial, hingga potongan ayat Al-Qur’an atau hadis, dalam bentuk teks, audio, maupun visual.¹¹⁴ Quotes menjadi elemen penting dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman secara singkat, padat, dan menyentuh. Gaya bahasa yang digunakan cenderung sederhana agar mudah dipahami semua kalangan, terutama pengguna media sosial yang lebih suka konten cepat dan langsung pada inti.

Isi quotes di Pondok Pesantren Sabilrosyad dapat berupa kutipan dari dawuh Abah Kyai atau potongan hadis dan nasihat ulama yang disampaikan dalam bentuk desain grafis. Meskipun ada, jenis konten ini tidak sebanyak video, karena secara umum audiens lebih menyukai konten audio-visual.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa di Pondok Pesantren Sabilurrosyad konten dakwah berbasis audio-visual, seperti reels, lebih diminati oleh audiens dibandingkan dengan konten berbentuk teks atau kutipan. Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian

¹¹⁴ Cantika Maharani dkk, ‘Quotes Of The Day : Implementasi Model Dakwah Islam Melalui Sosial Media Di Era Digital’, *Journal Scientific of Mdanalika (JSM)*, 3.5 (2022), hlm 370.

pesan melalui suara dan gambar dinilai lebih menarik dan mudah dicerna oleh pengguna media sosial masa kini.

Walaupun jumlah konten quotes tidak sebanyak reels, jenis konten ini tetap dipertahankan sebagai bagian dari strategi dakwah digital. Penggunaan quotes memiliki daya tarik tersendiri, terutama ketika disajikan dengan gaya bahasa yang santai, gaul, dan mengikuti tren kekinian.

Quotes tetap penting meskipun tidak sebanyak reels, karena bisa menghindari kesan monoton dan memberi variasi dalam konten. Dengan menggunakan kutipan yang tepat, pesan dakwah bisa tetap disampaikan dengan singkat namun bermakna. Variasi ini juga penting agar audiens tidak bosan dan dakwah bisa menjangkau lebih banyak orang.

3) Cuplikan Kajian dan Siaran Langsung (Live Streaming)

Konten berupa cuplikan kajian di Pondok Pesantren Sabilurrosyad menjadi salah satu bentuk dakwah yang efektif di media sosial. Potongan video dari pengajian Abah Kyai Marzuqi yang dikemas secara singkat dan padat memudahkan audiens untuk memahami inti materi tanpa harus mengikuti kajian secara penuh.

Siaran langsung atau live streaming memang menjadi sarana yang baik untuk menjangkau jamaah secara real-time. Selain itu, bagi yang tidak sempat mengikuti kajian secara langsung, dapat menyaksikannya

kembali kapan saja sesuai waktu luang, tanpa terikat oleh batasan waktu dan lokasi.¹¹⁵

Namun, khusus untuk akun Instagram @Ngaos_Abah, konten live streaming tidak pernah dilakukan secara langsung di Instagram. Siaran langsung biasanya hanya tersedia di akun YouTube, yang lebih mendukung durasi panjang dan kualitas video lebih stabil.

Dengan demikian, akun Instagram lebih difokuskan pada penyebaran potongan-potongan dakwah singkat yang diambil dari pengajian yang sudah disiarkan di platform lain, yakni YouTube. Cara ini tetap efektif untuk menyampaikan dakwah ke lebih banyak orang, karena disesuaikan dengan kebiasaan pengguna media sosial saat ini.

Kajian rutin yang disiarkan secara langsung melalui YouTube kemudian dipotong dan diunggah ulang ke Instagram. Potongan ini biasanya menampilkan poin penting dari kajian yang bersifat tematik, misalnya tentang hukum fikih, akidah, atau isu sosial-keagamaan.

Cuplikan kajian dan siaran langsung (live streaming) membantu dakwah lebih mudah sampai ke masyarakat tanpa perlu meninggalkan rumah.¹¹⁶ Dengan adanya cuplikan ceramah yang singkat dan jelas,

¹¹⁵ Toni dkk.

¹¹⁶ Dede Irawan1, Dede Lukman, dan Dudy Imanuddin Effendi, 'Transformasi Dakwah Live Streaming Pada Masyarakat Urban Di Kota Bdanung', *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 24.1 (2024), hlm. 74–100 (hlm 86), doi:10.15575/anida.v24i1.35549.

pesan keislaman bisa diterima dengan cepat dan tetap bermakna. Cara ini juga membuat masyarakat merasa lebih dekat dengan ulama, karena bisa langsung menyimak penjelasan dan mendapatkan jawaban atas berbagai persoalan yang sedang dihadapi.

4) Konten Kontekstual dan Responsif

Pendakwah dalam menyampaikan dakwahnya perlu menerapkan pendekatan kontekstual, yakni dengan memahami situasi sosial, budaya, serta kondisi psikologis masyarakat. Pemilihan materi dakwah harus selaras dengan keadaan dan realitas yang tengah berlangsung. Kegiatan dakwah juga dituntut untuk bersifat responsif terhadap isu-isu aktual yang sedang ramai diperbincangkan, serta dilakukan secara konsisten melalui produksi konten-konten dakwah yang berkelanjutan.¹¹⁷

Kontekstual diartikan sebagai upaya untuk memberikan makna yang sesuai dalam merespons masalah-masalah aktual yang sering kali mendesak.¹¹⁸ Kontekstual bisa juga diartikan dengan kondisi yang sedang terjadi. Misalnya, saat bulan Ramadhan, konten tentang puasa, keutamaan ibadah malam, atau zakat akan lebih relevan. Pemahaman

¹¹⁷ Budi Satria dkk, 'Strategi Komunikasi Dakwah Di Era Digital', *Jurnal Pesona Indonesia*, 1.2 (2024), hlm. 36–42 (hlm 42) <<https://pesona.tpi.or.id/index.php/pesona/article/view/18/14>>.

¹¹⁸ Dhia Al Rahman, 'Pemahaman KH. Taufiqul Hakim Terhadap Hadist-Hadist Seksualitas' (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024), hlm 57.

yang tepat dan kontekstual menjadi fondasi penting bagi pembentukan wawasan keagamaan di kehidupan sehari-hari umat Islam.

Responsif berarti mampu merespons dengan cepat, menunjukkan kepedulian, mudah tersentuh, serta memiliki sikap tanggap dan tidak acuh terhadap situasi atau permasalahan.¹¹⁹ Dalam konteks dakwah digital, responsif berarti konten yang mampu menjawab pertanyaan, komentar, atau kebutuhan spiritual audiens secara cepat dan tepat. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang bermanfaat dan disampaikan secara inspiratif dapat mendorong terciptanya cara berkomunikasi yang lebih sopan dan positif di kalangan pengguna media sosial.¹²⁰

Salah satu cara yang digunakan oleh tim media Pondok Pesantren Sabilurrosyad untuk mencapai hal ini adalah dengan menghadirkan konten yang merespons isu-isu aktual yang sedang menjadi perhatian publik. Misalnya, perdebatan tentang niat puasa atau topik sensitif seperti nasab. Penyajian konten yang kontekstual dan responsif semacam ini bertujuan agar dakwah tetap relevan dengan realitas sosial,

¹¹⁹ Ayu Liya Wardani, 'Upaya Guru Dalam Pengelolaan Kelas Untuk Menumbuhkan Perilaku Responsif Siswa Kelas IV B Di MIN 2 Ponorogo', 2024, hlm 9.

¹²⁰ Safira Rusyda dkk, 'Pengaruh Dakwah Digital Terhadap Etika Komunikasi Netizen Dalam Dunia Maya: Media Tiktok', *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9.1 (2024), hlm. 4069–4083 (hlm 4080).

sekaligus mampu menarik perhatian dan keterlibatan audiens yang lebih luas.

Jenis konten ini disusun berdasarkan konteks waktu atau peristiwa yang sedang berlangsung. Contoh yang bisa diambil dari pondok pesantren saat ini adalah tentang tema ramadhan. Pada saat niat puasa di bulan ramadhan, yang pertama itu niat untuk menjalankan puasa selama sebulan penuh di bulan Ramadhan, yang kedua ada niat setiap hari, yang kita lakukan setiap malam sebelum sahur. Contoh kedua tentang isu nashab ketika isu terkait nasab sedang ramai diperbincangkan, tim media memotong bagian ceramah Abah Kyai yang relevan untuk diunggah agar masyarakat mendapatkan pencerahan dan perspektif Ahlussunnah wal Jamaah.

Hadirnya konten kontekstual yang disertai respons yang tepat, dakwah dapat tersampaikan secara lebih relevan, aktual, dan menyentuh kebutuhan informasi masyarakat, sekaligus menjaga nilai-nilai ajaran yang lurus dan menenangkan di tengah dinamika isu yang berkembang.

b) Respon Audiens

Dakwah melalui media digital membuka peluang luas untuk memperoleh umpan balik langsung dari para pengikut atau pengguna internet, baik melalui like, share terhadap pesan yang disampaikan, maupun

melalui komentar atau respon dari audiens yang bersifat positif maupun negatif.¹²¹

Respon dari para pengikut akun dakwah Pondok Pesantren Sabilurrosyad secara umum sangat positif. Hal ini terlihat dari komentar yang masuk, jumlah views, dan tingkat interaksi yang tinggi terhadap konten-konten yang diunggah.

¹²¹ et al. Prof. Dr. Ali Nurdin, S.Ag., M.Si., *Resolusi Dakwah*, ed. by Muh Syahril Sidik Ibrahim (Lembaga Ladang Kata, 2024), hlm 13.

1) Respon Positif

Respon audiens terhadap dakwah digital yang disampaikan melalui akun Instagram @Ngaos_Abah di Pondok Pesantren Sabilurrosyad secara umum sangat positif. Mayoritas audiens di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Malang, berasal dari kalangan Nahdlatul Ulama (NU) dan mereka menyambut baik konten dakwah yang ditampilkan. Banyak komentar yang berisi ucapan terima kasih, dukungan, dan apresiasi terhadap isi kajian maupun metode penyampaian dakwah. Respon positif juga mencerminkan bahwa konten dakwah tersebut mampu menyentuh kebutuhan spiritual masyarakat dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami.

Respon positif yang muncul, seperti ucapan terima kasih, dukungan, dan apresiasi, menjadi indikator bahwa dakwah yang disampaikan telah berhasil menjangkau kebutuhan spiritual mereka. Bahasa yang sederhana, penyampaian yang hangat, serta kedekatan nilai-nilai Ahlussunnah wal Jamaah menjadikan konten tersebut relevan dan menyentuh hati.

2) Respon Negatif dan Tantangan

Respon negatif dan tantangan merupakan bagian yang tidak dapat dihindari dalam setiap upaya penyebaran dakwah, terutama melalui media sosial. Selain digunakan untuk memberikan dukungan secara positif, media sosial juga kerap dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat

untuk menyampaikan komentar bernada negatif, yang sering kali berupa kata-kata kasar atau hujatan.¹²²

Meskipun secara umum dakwah digital Pondok Pesantren Sabilurrosyad mendapatkan tanggapan positif dari audiens, tidak dapat dihindari adanya respon negatif, khususnya ketika membahas isu-isu sensitif seperti nasab. Konten tersebut sering memicu perdebatan dan kritik, bahkan ada komentar yang bernada mengajak debat di kolom komentar. Namun demikian, tim media tetap menanggapinya secara bijak dan menjadikannya sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas konten ke depannya.

3) Indikator Keberhasilan Konten

Berdasarkan temuan dalam jurnal yang dianalisis, keberhasilan sebuah konten dapat diukur dari antusiasme serta respons positif audiens yang terlihat melalui kolom komentar.¹²³ Dengan demikian, respons yang diberikan audiens menjadi salah satu indikator penting dalam menentukan efektivitas sebuah konten. Indikator keberhasilan konten dakwah juga dapat diukur melalui berbagai aspek yang mencakup tingkat interaksi audiens, dampak yang ditimbulkan, serta sejauh mana pesan dakwah dapat diterima dan dipahami. Jumlah like

¹²² Budiyo, 'Media Sosial Dan Komunikasi Politik: Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik Menjelang PILKADA DKI JAKARTA 2017', *Jurnal Komunikasi*, 11.1 (2016), hlm 58 <<https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/7656/6664>>.

¹²³ Melly Septia Pardianti and M.Ikom Velantin Valiant, S. Sos, 'Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi', *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, XXVII.2 (2022), hlm. 204.

dan komentar pada konten tersebut dapat menjadi indikator bahwa penyajian konten dakwah yang berkualitas mampu menarik minat audiens untuk menyimak dan menerima pesan yang disampaikan.¹²⁴

Keberhasilan konten dakwah yang dikelola oleh mahasantri di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang dapat dilihat dari beberapa indikator utama. Pertama, tingkat interaksi audiens seperti jumlah likes, komentar, share dan bertambahnya followers dari hari ke hari menjadi ukuran awal yang menunjukkan sejauh mana konten menarik perhatian dan diapresiasi oleh pengikut. Kedua, kualitas respons audiens juga menjadi pertimbangan, di mana tanggapan positif maupun masukan-masukan yang bersifat membangun menjadi cerminan penerimaan yang baik terhadap pesan dakwah. Ketiga, efektivitas penyampaian pesan terlihat dari kemampuan konten dalam meningkatkan pemahaman serta membangkitkan diskusi atau perubahan sikap audiens terhadap nilai-nilai keislaman. Keempat, Keterkaitan dan kesesuaian konten sangat penting, di mana topik yang diangkat harus sesuai dengan isu-isu yang sedang hangat dan kebutuhan spiritual masyarakat. Terakhir, kreativitas dalam format dan penyajian, seperti penggunaan video singkat “Ngaos Satu Menit” yang dikemas

¹²⁴ Ajrun ‘Azhim Al As’hlam dan Egen Hardika Kurniawan, ‘Membangun Brdan Equity UMKM Ikan Asap Menggunakan Teknologi Augmented Reality Melalui Literasi Pemasaran’, *Jurnal Danromeda*, 2.1 (2024), hlm. 127–40 (hlm 137).

secara visual dan audio menarik, menjadi daya tarik tersendiri bagi audiens, terutama generasi muda yang lebih menyukai konten berbasis audiovisual dibandingkan teks biasa

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana penyiaran dakwah oleh mahasantri di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Penggunaan Instagram sebagai sarana dakwah oleh mahasantri tim media Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk mengikuti perkembangan zaman, khususnya dalam hal teknologi dan pola komunikasi masyarakat modern. Instagram dipilih karena sifatnya yang visual, interaktif, serta mampu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Selain itu, media ini dianggap mampu menjadi alternatif positif di tengah maraknya informasi yang kurang bermanfaat di media sosial.
2. Strategi yang digunakan oleh mahasantri dalam menyampaikan dakwah melalui Instagram dilakukan dengan cara yang kreatif, terstruktur, dan sesuai dengan karakter media sosial. Mahasantri membentuk tim khusus yang terdiri dari beberapa divisi, seperti bagian konten, desain, video editing, dan pengelola akun, agar pekerjaan dakwah bisa berjalan dengan lancar. Mereka tidak hanya

sekadar membagikan materi dakwah, tetapi juga memikirkan bagaimana cara menyampaikan pesan agar lebih menarik dan mudah diterima audiens.

Strategi mereka meliputi pemilihan tema dakwah yang sesuai dengan kebutuhan dan situasi yang sedang terjadi, penggunaan bahasa yang ringan namun tetap berbobot, serta konsistensi dalam mengunggah konten. Mereka juga memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti *Reels*, *Feed*, *Stories*, dan *Live* untuk memperluas jangkauan dakwah dan mempererat komunikasi dengan para pengikut. Melalui strategi yang sederhana namun efektif ini, dakwah bisa tetap sampai kepada masyarakat dengan cara yang menyenangkan dan tidak kaku.

3. Jenis konten dakwah yang diunggah oleh mahasantri tim media sangat bervariasi, mulai dari video pendek yang disebut “Ngaos Satu Menit”, kutipan teks, ayat alqur’an dan hadist, hingga cuplikan kajian dari live streaming KH. Marzuqi Mustamar. Membuat konten sesuai dengan isu keagamaan yang sedang berkembang. Konten-konten tersebut disusun dengan pendekatan visual yang menarik dan bahasa yang mudah dipahami, sehingga mampu menjangkau audiens dari berbagai latar belakang. Respons audiens terhadap konten dakwah ini umumnya sangat positif, terbukti dari tingginya tingkat interaksi seperti jumlah tayangan, suka (*likes*), komentar, serta penyebaran ulang konten. Bahkan, tidak sedikit audiens yang secara aktif menyampaikan pertanyaan atau memberikan tanggapan sebagai bentuk partisipasi terhadap pesan-pesan dakwah yang disampaikan.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang, maka peneliti dapat memberikan saran antara lain:

1. Untuk Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi awal bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih dalam tentang dakwah digital, khususnya pada platform media sosial lainnya seperti TikTok, YouTube, atau X (Twitter). Peneliti selanjutnya dapat memperluas objek kajian tidak hanya pada satu akun atau satu pesantren, tetapi juga membandingkan antar lembaga atau antar metode. Selain itu, penelitian selanjutnya juga bisa menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh konten dakwah terhadap pemahaman, sikap, atau perubahan perilaku audiens secara lebih terukur. Pendalaman terhadap persepsi audiens dari berbagai latar belakang juga dapat menjadi kajian menarik untuk melihat sejauh mana keberhasilan pesan dakwah diterima dan dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Untuk Lembaga Pesantren

Lembaga pesantren diharapkan dapat terus mendukung aktivitas dakwah digital yang dilakukan oleh mahasantri dengan menyediakan fasilitas yang memadai, pelatihan rutin dalam bidang media dan

teknologi, serta pembinaan konten yang terarah agar sesuai dengan nilai-nilai Islam. Penguatan struktur tim media, kolaborasi antardivisi, dan pembaruan wawasan tentang perkembangan tren digital sangat penting agar kegiatan dakwah tetap menarik, inovatif, dan sesuai dengan keadaan. Pesantren juga dapat menjadikan aktivitas ini sebagai bagian dari kurikulum nonformal agar semakin terintegrasi dengan sistem pendidikan pesantren secara keseluruhan.

3. Untuk Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan para pembaca tentang pentingnya mendukung dan mengapresiasi dakwah di era digital. Pembaca, khususnya generasi muda, diharapkan lebih selektif dalam memilih konten di media sosial, serta berperan aktif menyebarkan konten dakwah yang mendidik, menenangkan, dan menumbuhkan semangat keislaman. Masyarakat juga diharapkan tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga bisa menjadi bagian dari komunitas dakwah digital dengan memberikan dukungan moral, kritik yang membangun, serta ikut menyebarkan nilai-nilai Islam rahmatan lil ‘alamin melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Pirol, 'Komunikasi Dan Dakwah Islam', *Deepublish*, 2018
- Alamin, Zumhur, and Randitha Missouri, 'Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pendukung Pembelajaran Agama Islam Di Era Digital', *TAJDID: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan*, 7.1 (2023)
<<https://ejournal.iaimbima.ac.id/index.php/tajdid/article/view/1769/860>>
- Alfansyur, Andarusni, and Mariyani, 'Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial.', *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5.2 (2020)
- Amin, Samsul Munir, *Ilmu Dakwah* (Amzah, 2009)
- Anwar Sidiq, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @fuadbakh)*, *Skripsi* (repository.radenintan.ac.id, 2017), CX
- Arini, Tiste Putri, and Ratih Hasanah Sudradjat, 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektifitas Dakwah (Studi Pada Followers Akun Instagram @Hanan_Attaki)', *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6.2 (2023), p. 247, doi:<http://dx.doi.org/10.33822/jep.v6i2.5849>
- As'hal, Ajrun 'Azhim Al, and Egen Hardika Kurniawan, 'Membangun Brand Equity UMKM Ikan Asap Menggunakan Teknologi Augmented Reality Melalui Literasi Pemasaran', *Jurnal Andromeda*, 2.1 (2024), pp. 127–40
- Atmoko, Bambang Dwi, *Instagram Hanbook* (Media Kita, 2012)
- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah* (kencana, 2004)

- Aziz, Moh. Ali, Rr Suhartini, and A. Halim., *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat Paradigma Aksi Metodologi* (Pustaka Pesantren, 2005)
- Basit, Abdul, *Wacana Dakwah Kontemporer* (STAIN Purwokerto dan Pustaka Pelajar, 2006)
- Budiyono, 'Media Sosial Dan Komunikasi Politik: Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik Menjelang PILKADA DKI JAKARTA 2017', *Jurnal Komunikasi*, 11.1 (2016) <<https://journal.uii.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/7656/6664>>
- Burhanudin, Aan Mohamad, and Dkk, 'Dakwah Melalui Media Sosial (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Menganai Kesetaraan Gender)', *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10.2 (2019)
- Cahyono, Anang Sugeng, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat DI Indonesia', 9.1 (2016), pp. 140–57, doi:<https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Darmawati, and Muhammad Amaludin, 'Analisis Dakwah Ustadz Hannan Attaki Dalam Membimbing Generasi Z Melalui Postingan Instagram Pada Akun Pemuda Hijrah', *Jurnal Integrasi Pengetahuan Disiplin*, 6.1 (2025)
- Deslima, Yosieana Duli, 'Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung', *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 2020, doi:10.21043/at-tabsyir.v7i1.7151

- Desrianti, Dewi Immaniar, Fitra Putri Oganda, Desy Apriani, and Lutfia Arba'ani Amanattullah Budiman, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Keagamaan Siswa Melalui Pendidikan Agama Islam', *Alphabet Jurnal Wawasan Agama Risalah Islamiah, Teknologi Dan Sosial (Al-Waarits)*, 1.1 (2021), p. 52
- E, Sumadi, 'Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebajikan Tanpa Diskrimasi', *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran*, 4.1
- Effendy, Erwan, Gita Ramadhani, and Tria Tanti, 'Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z', *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4.2 (2024), doi:10.47467/dawatuna.v4i3.5480
- Fahrezi, Irgi Ahmad, and Dkk, 'Pemanfaatan Platform Instagram Sebagai Media Dakwah Di Era Globalisasi', *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 4.3 (2024)
- Faizah, and Lalu Muhsin Effendy, *Psikologi Dakwah* (Kencana, 2009)
- Hardian, Novri, 'Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadits', *Al Hikmah Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komenikasi*, 5.1 (2018), p. 42
- Hardianti, 'Pendekatan Psikologi Komunikasi Dakwah Dalam Membina Akhlak Remaja LKSA Amrullah Aisyiah Cabang Limbung Kab. Gowa' (Universitas Muhammadiyah Makassar)
- Hasanah, Hasyim, 'Teknik-Teknik Observasi', *Jurnal Attaqaddum*, 8.1
- Hayat, Naila Mafayiziya, and Zaenal Abidin Riam, 'Peran Komunikasi Dakwah Di Era DigitalUpaya Maksimal Pembelajaran Agama Islam', *Ilmu Al-Qur'an (IQ):*

Jurnal Pendidikan Islam, 5.2 (2022), p. 232,
doi:<https://doi.org/10.37542/iq.v5i01.338>

Ilaihi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah* (Remaja Rosdakarya, 2010)

Irawan1, Dede, Dede Lukman, and Dudy Imanuddin Effendi, ‘Transformasi Dakwah Live Streaming Pada Masyarakat Urban Di Kota Bandung’, *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, 24.1 (2024), pp. 74–100, doi:10.15575/anida.v24i1.35549

J. Moleong, Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif* (PT. Remaja Rosdakarya, 2008)

Kasir, Ibnu, and Syahrol Awali, ‘Peran Dakwah Digital Dalam Menyebarkan Pesan Islam Di Era Modern’, *JURNAL AN-NASYR: JURNAL DAKWAH DALAM MATA TINTA*, 11.1 (2024), p. 65

Kristiyono, Jokhanan, ‘Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media Di Masyarakat’, *Jurnal SCRIPTURA*, 5.1 (2015)

Kurniawan, Puguh, ‘Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh’, *Jurnal Kompetensi*, 11.2 (2017)

M, Chanra, and Ramsiah Tasruddin, ‘Peran Media Sosial Sebagai Platform Dakwah Di Era Digital: Studi Kasus Pada Generasi Milenial’, *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8.1 (2025), doi:10.56338/jks.v8i1.6862

Maharani, Cantika, Hary Mugni Nubagja, Karynda Natalie Theofilus, and Rufaidah Natasya, ‘Quotes Of The Day : Implementasi Model Dakwah Islam Melalui Sosial

- Media Di Era Digital’, *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 3.5 (2022)
- Maharani, Shania, ‘Penggunaan Fitur Instagram Reels Sebagai Personal Branding’
(Universitas Islam Riau, 2022)
- Mulyono, ‘Kedudukan Ilmu Dan Belajar Dalam Islam’, *Jurnal Tadris*, 4.2 (2009), p.
212
- Munzien, Suparta, and Hefni Harjani, *Metode Dakwah* (Kencana Prenada Media
Group, 2009)
- Nadhiri, Nanda Ghilman, Wildan Yahya, and N. Sausan Saleh, ‘Penggunaan Instagram
Sebagai Media Dakwah Terkait Kesadaran Beribadah Mahasiswa Unisba’, *Riset
Komunikasi Penyiaran*, 2024
<<https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRKPI/article/view/3741>>
- Novita, Desi, and Tarishah Ananda Parinduri, ‘Analisis Perkembangan Zaman
Terhadap Bahasa, Sikap Dan Akhlak Studi Kasus Pada Remaja Pengguna Media
Sosial’, *Jurnal Dialect*, 1.1 (2024)
- Nurrahmi, Febri, and Puteri Farabuana, ‘Efektifitas Dakwah Melalui Instagram’,
NYIMAK; Journal of Communication, 4.1 (2020), pp. 1–16
- Pardianti, Melly Septia, and M.Ikom Velantin Valiant, S. Sos, ‘Pengelolaan Konten
Tiktok Sebagai Media Informasi’, *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, XXVII.2
(2022)

- ‘Pondok Pesantren Sabilurrosyad’ <<https://www.pesantrennu.id/pesantren/pondok-pesantren-sabilurrosyad>> [accessed 21 April 2025]
- ‘PP. Sabilurrosyad Gasek’ <<https://pondokmalang.santringaji.org/pesantren/pp-sabilurrosyad-gasek/>> [accessed 16 April 2025]
- Prof. Dr. Ali Nurdin, S.Ag., M.Si., et al., *Resolusi Dakwah*, ed. by Muh Syahril Sidik Ibrahim (Lembaga Ladang Kata, 2024)
- Pujianingrum, Afifah Novi, Sri Katiwi, and Amalia Khoirunisa, ‘Peran Ulama Dalam Pendidikan Islam Dan Implementasi Hukum Syariah Di Era Digital’, *Hidayah: Cendekia Pendidikan Islam Dan Hukum Syariah*, 1.2 (2024)
- Purnamasari, Ai, and Ekasatya Aldila Afriansyah, ‘Kemampuan Komunikasi Matematis Siswa SMP Pada Topik Penyajian Data Di Pondok Pesantren’, *Plusminus: Jurnal Pendidikan Matematika*, 1.2 (2021) <<https://journal.institutpendidikan.ac.id/index.php/plusminus/article/view/896/823>>
- Purnia, Dini Silvi, Hidayatul Muhajir, Miftah Farid Adiwisastra, and Deddy Supriadi, ‘Pengukuran Kesenjangan Digital Menggunakan Metode Deskriptif Berbasis Website’, *Evolusi: Jurnal Sains Dan Manajemen*, 8.2 (2020)
- R.I, Departemen Agama, *Al-Qur’an Dan Terjemahnya* (CV. Pustaka Agung Harapan, 2006)

- Rahman, Dhia Al, 'Pemahaman KH. Taufiqul Hakim Terhadap Hadist-Hadist Seksualitas' (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024)
- Rakhmawati, Istina, 'Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah', *At-Tabsyir*, 4.1 (2016)
- Ramadani, Alvia Putri Laili, 'Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah (Strategi Dakwah Akun @littleakhwat.Id)', 2024
- Rijali, Ahmad, 'Analisis Data Kualitatif', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17.33 (2018)
- Rusyda, Safira, Dinda Maharani, Rorencia Fadlyla, Fitria Novarina, and Erwin Kusumastuti, 'Pengaruh Dakwah Digital Terhadap Etika Komunikasi Netizen Dalam Dunia Maya: Media Tiktok', *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9.1 (2024), pp. 4069–83
- Saiful, Maarif Bambang, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi* (Simbiosis Rekatama Media, 2010)
- Salsabila, Rifa, 'Pemanfaatan Media Fitur Reels Instagram Dalam Kreativitas Menulis Puisi', *Bersatu: Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika*, 1.3 (2023), pp. 9–18, doi:<https://doi.org/10.51903/bersatu.v1i3.241>
- Sari, Dian Nurvita, and Abdul Basit, 'Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting', 2020
- Satria, Budi, Dwi Prabudiaseh, Rizal Effendi Putra, and Abdullah Adhha, 'Strategi

- Komunikasi Dakwah Di Era Digital’, *Jurnal Pesona Indonesia*, 1.2 (2024), pp. 36–42 <<https://pesona.tpi.or.id/index.php/pesona/article/view/18/14>>
- ‘Sejarah Pondok Pesantren Sabilurrosyad Malang’, 2021 <<https://ponpesgasek.id/sejarah-pondok-pesantren-sabilurrosyad-gasek-malang/>>
- Sulastri, Irta, Arifah Yenni Gustia, and Lesnita Juniati, ‘Penggunaan Media Sosial Dalam Berdakwah: Study Terhadap Da’i Di Kota Padang’, *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 11.2 (2020)
- Susanto, Dedi, Risnita, and M.Syahrani Jailani, ‘Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah’, *Qosim: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1.1 (2023)
- Toni, Hariya, Dede Mercy Rolando, Yasril Yazid, and Robby Aditya Putra, ‘Fenomena Cyber Religion Sebagai Ekspresi Keberagaman Di Internet Pada Komunitas Shift’, *Jurnal Dakwah Risalah*, 32.1 (2021), pp. 56–74, doi:10.24014/jdr.v32i1.11626
- Wardani, Ayu Liya, ‘Upaya Guru Dalam Pengelolaan Kelas Untuk Menumbuhkan Perilaku Responsif Siswa Kelas IV B Di MIN 2 Ponorogo’, 2024
- Windari, Ratna, ‘Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pemahaman Keislaman Mahasiswa PAI Di IAIN Purwokerto’ (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, 2020)

Yati, Puji, Melliza Putri, Septa Yulia Putri, Jovita Junia, Ria Susanti, and Amanda Clara Natalia, 'Dakwah Islam Melalui Media Sosial Sebagai Sarana Pendidikan', *CV. Doki Course and Trainin*, 2.1 (2023), pp. 50–56

Yogantari, Made Vairagya, and I Gusti Bagus Bayu Baruna Ariesta, 'Konten Visual Instagram Sebagai Media Diseminasi Publik Tentang Covid-19', *Senada*, 4 (2021), pp. 101–6
<<https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/532/340>>

Yuniyanti, Afifah Tri, Kaisa Nabila, and Muhammad Muklas, 'Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Pelayanan Laboratorium Amil Zakat Infaq Dan Shadaqah Manajemen Dakwah (Lazis Md) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10.14 (2024), doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.13234023>

Zahro, Chanifatuz, 'Instagram Sebagai Media Dakwah' (UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO, 2023)

———, 'Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Etnografi Virtual Pada Akun Instagram @Limproduction' (Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021)

Zaini, Ahmad, 'Peranan Dakwah Dalam Pengembangan Masyarakat Islam', *Community Development*, 1.1 (2016)

Zulfikar, Ghazali, 'Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Dakwah

Dalam Masyarakat Virtual', *Jurnal Al-Muttaqin*, 6.1 (2017)

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Izin Survey



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
JalanGajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faximile (0341) 552398 Malang
<http://fitk.uin-malang.ac.id>. email : fitk@uin-malang.ac.id

Nomor : 4560/Un.03.1/TL.00.1/12/2024 16 Desember 2024
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Survey

Kepada

Yth. Pengasuh Pondok Pesantren Sabilurasyad Gasek
di
Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan proposal Skripsi pada Jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kami mohon dengan hormat agar mahasiswa berikut:

Nama : Annisa Nuril Faradisa
NIM : 210101110139
Tahun Akademik : Ganjil - 2024/2025
Judul Proposal : **Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Penyiaran Dakwah Bagi Mahasantri di Pondok Pesantren Sabilurasyad Gasek Malang**

Diberi izin untuk melakukan survey/studi pendahuluan di lembaga/instansi yang menjadi wewenang Bapak/Ibu

Demikian, atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu yang baik disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Muhammad Walid, MA
19730823 200003 1 002

Tembusan :

1. Ketua Program Studi PAI
2. Arsip

Lampiran 2: Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS ILMU TARBİYAH DAN KEGURUAN
JalanGajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faximile (0341) 552398
<http://fitk.uin-malang.ac.id>. email: fitk@uin malang.ac.id

Nomor : 1688/Un.03.1/TL.00.1/02/2025 20 Februari 2025
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Kepada

Yth. Pengasuh Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang
di
Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, dalam rangka menyelesaikan tugas akhir berupa penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kami mohon dengan hormat agar mahasiswa berikut:

Nama : Annisa Nuril Faradisa
NIM : 210101110139
Jurusan : Pendidikan Agama Islam (PAI)
Semester – Tahun Akademik : Genap – 2024/2025
Judul Skripsi : Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Penyiaran Dakwah Bagi Mahasantri di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang
Lama Penelitian : Februari 2025 sampai dengan April 2025 (3 bulan)

diberi izin untuk melakukan penelitian di lembaga/instansi yang menjadi wewenang Bapak/Ibu.

Demikian, atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu yang baik di sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademi

Dr. Muhammad Walid, MA
NIP. 19730823 200003 1 002

Tembusan :

1. Yth. Ketua Program Studi PAI
2. Arsip

Lampiran 3: Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian



معهد سبيل الرشاد الإسلامي السلفي
PONDOK PESANTREN SABILURROSYAD
GASEK KARANGBESUKI SUKUN MALANG
Sekretariat: Jl. Candi Blok VIC Gasek Karangbesuki Sukun Malang
Telp. (0341) 564446 NSPP : 51235731025 website : www.ponpesgasek.com

SURAT KETERANGAN
Nomor: 11.09/SKet/PPP.SABROS/V/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zahrotul Imro'ah
Jabatan : Ketua Pengurus PPP Sabilurrosyad
Alamat Pondok : Jl. Candi VI C no. 303 Gasek, Karangbesuki, Sukun, Kota Malang

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Annisa Nuril Faradisa
NIM : 210101110139
Universitas : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Program Studi : S1 Pendidikan Agama Islam

Mahasiswa tersebut telah melakukan penelitian di Pondok Pesantren Putri Sabilurrosyad Gasek Malang guna memperoleh data sebagai bahan penyusunan skripsi dengan judul "*Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Penyiaran Dakwah bagi Mahasantri di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang*".

Demikian surat keterangan ini disampaikan, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 01 Mei 2025
Ketua Pengurus PPP Sabilurrosyad

Zahrotul Imro'ah

Lampiran 4: Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara

Nama Informan : Muhammad Wildan Alkautsar

Hari, Tanggal : 19 Maret 2025

Kisi-kisi pertanyaan:

1. Apa saja latar belakang penggunaan sosial media sebagai media dakwah?
2. Bagaimana strategi yang digunakan mahasantri tim media dalam menyampaikan dakwah?
3. Apa kendala atau tantangan yang sering Anda hadapi dalam berdakwah melalui Instagram?
4. Bagaimana cara Anda mengukur keberhasilan dakwah melalui Instagram?

Lampiran 5: Lembar Wawancara

Transkrip Wawancara Tim Media Pengelola Dakwah

Lokasi Wawancara : Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang
Waktu Pelaksanaan : 19 Maret 2025
Narasumber : Muhammad Wildan Al Kautsar

No.	Pertanyaan	Jawaban	Coding
1.	Kapan media ini mulai dibentuk?	Di pondok ini ada dua media, yang pertama media nya abah sendiri nama akunnya @Ngaos_Abah dibentuk pada tahun 2018 yang kedua akun media pondok pesantren sendiri yaitu @ponpesgasek dibentuk tahun 2016 tapi itu sudah dihack, dan bikin akun baru lagi yakni @ponpes_gasek pada tahun 2024. Sedangkan untuk Youtube yaitu @KH Marzuqi Mustamar Channel yang dibentuk tahun 2019.	WA.RM1.01
2.	Bagaimana proses dalam pembuatan media Instagram ini?	Awal mula sekitar tahun 2017 KH. Marzuqi Mustamar mulai terinspirasi dari sejumlah majelis di luar pondok yang telah memanfaatkan media modern dalam menyampaikan dakwah. Atas dasar itu, beliau kemudian membentuk tim media di lingkungan pondok dengan tujuan menyebarluaskan dakwah melalui Instagram dan media sosial lainnya, agar pesan-pesan keislaman dapat tersampaikan dengan lebih menarik serta menjangkau khalayak yang lebih luas.	WA.RM1.02
3.	Siapa saja yang ikut serta dalam pembuatan media Instagram?	Kalau ikut serta yang utama itu dari kalangan santri namanya mas Ro'u itu alumni pondok sini, juga termasuk mencetuskan media di pondok sini, dan juga menjadi salah satu pelopor perkumpulan media pondok jatim namanya Muhammad Zahro'u orang Madiun itu yang pertama beliau dan juga	WA.RM1.03

		emang kolaborasi dengan pondok-pondok lain soalnya inisiatif. Bahwasannya pondok pesantren itu juga perlu media karena perkembangan zaman. Dan juga banyak dawuh-dawuh dari abah kyai yang harus disebarluaskan jadi tidak harus santrinya saja, tapi harus juga meluas.	
4.	Mengapa menurut Anda dakwah perlu disesuaikan dengan perkembangan zaman dan kebiasaan generasi muda saat ini?	Sekarang ini kan zamannya sudah berubah, Mbak. Orang-orang, terutama anak muda, lebih sering buka Instagram atau YouTube daripada datang langsung ke pengajian. Jadi ya mau nggak mau, dakwah juga harus ikut berkembang. Kalau kita tetap pakai cara lama terus, pesan dakwah bisa kalah saing sama konten lain yang belum tentu bermanfaat.	WA.RM1.04
5.	Mengapa penting bagi pondok pesantren untuk memanfaatkan media dalam menyebarkan pesan dakwah?	Pondok pesantren juga perlu memanfaatkan media seiring dengan perkembangan zaman. Banyak dawuh-dawuh dari abah kyai yang seharusnya disebarluaskan, tidak hanya untuk santri, tetapi juga untuk masyarakat luas.	WA.RM1.05
6.	Kenapa Instagram cocok digunakan untuk dakwah	Tampilan instagram itu menarik ada gambar dan video. Jadi cocok banget buat dakwah yang dikemas secara visual, biar orang lebih gampang nangkep pesan dakwah. Apalagi kalau videonya singkat tapi isinya padat	WA.RM1.06
7.	Menurut anda, bagaimana menyikapi tantangan sosial dan arus informasi bebas di media sosial?	Menyikapi hal ini, kita harus lebih bijak dalam menyaring informasi. Sebagai individu, kita perlu memiliki kemampuan untuk memverifikasi kebenaran informasi sebelum membagikannya. Jangan sampai kita menjadi bagian dari penyebaran informasi yang salah, yang bisa memperburuk kondisi sosial. Selain itu, penting bagi masyarakat untuk terus mengedukasi diri dalam menghadapi tantangan ini, baik melalui pendidikan formal maupun non-formal.	WA.RM2.07
8.	Bagaimana strategi yang digunakan oleh tim	Strategi yang kami gunakan adalah membentuk beberapa divisi. Setiap divisi punya tugas masing-masing, tapi	WA.RM2.08

	<p>media dalam mengelola media dakwah ini?</p>	<p>semuanya saling berkaitan satu sama lain. Misalnya, di Instagram Abah, kami hampir setiap hari mengunggah kegiatan Abah Kyai saat sedang ngaos, baik di pondok maupun di luar. Nah, untuk mengelola itu ada divisi khusus yang menangani konten, yang kami sebut divisi perkontenan.</p> <p>Jadi iniloh mungkin sekarang yang lagi rame terkait nashab, nah itu dipotong yang pas yang istilahnya masyarakat harus tau. Jadi itu salah satu strategi kita harus memposting suatu hal yang masih hangat dibicarakan. Terus terutama sekarang ini temanya ramadhan, jadi bagus untuk kita kira-kira posting apa, contohnya seperti kemarin yang sempat viral itu terkait niat. Jadi waktu hari pertama puasa itu niatnya ada dua. Yang pertama niat untuk satu bulan full, yang kedua niat sehari-hari. Dan juga kita harus bisa memmanagement kru, itu nanti setiap kru pasti mempunyai devisi masing-masing. Mungkin disini yang sering muncul itu bagian publikasi desain, publikasi terkait video-video dan foto.</p>	
9.	<p>Bagaimana tim media Pondok Pesantren Sabilurrosyad menentukan topik konten dakwah yang akan diunggah di media sosial, dan bagaimana proses pengemasannya agar tetap relevan dan menarik bagi audiens?</p>	<p>Biasanya kita ambil topik yang memang lagi dibutuhkan atau lagi ramai dibahas, biar kontennya nggak cuma asal posting tapi benar-benar nyambung sama kondisi sekarang. Misalnya pas bulan puasa, kita bahas soal niat puasa, atau kalau ada isu yang rame kayak tentang nasab, itu kita angkat juga. Kita potong dari live streaming Abah Kyai, terus yang bagian penting atau menarik kita jadikan video satu menit buat diunggah ke Instagram. Dikasih caption singkat biar orang langsung paham, terus biasanya juga kita share link YouTube-nya ke grup alumni atau jamaah biar bisa nonton versi lengkapnya. Jadi nggak cuma asal upload, tapi kita pikirkan juga gimana caranya biar audiens tertarik dan tetap nyambung sama dakwah yang kita bawa.</p>	<p>WA.RM2.09</p>

10.	Dampak positif dari penggunaan media sosial ini?	Kalau dari sisi dampak positifnya itu banyak orang lebih mengenal siapa tokoh yang diangkat. Contohnya abah kyai Marzuqi jadi orang tau kalau beliau ternyata Ahlisunnah Wal Jamaah, Ahli Hadist. Jadi dampak positifnya lebih mengenal siapa sosok yang disorot dalam media.	WA.RM2.10
11.	Apa kendala dalam mengelola Instagram?	Kendala yang pertama terkait kru, krunya itu jamaah umum, tidak hanya alumni pondok saja. Cuma yang dari kalangan santri itu ada dan juga ada kalangan orang dari luar. Karena orang luar juga ada kepentingan lain seperti kerja, jadi dari proses perkontenan memang agak sulit, agak sulitnya seperti apa mungkin manajemen sdm waktu, Misalkan hari ini kita waktunya posting, karena kesibukan kru belum bisa mengedit akhirnya molor satu hari. Tetapi kalau Ramadhan kita utamakan ada ngaji satu menit, itu memang sehari harus upload dan itupun kalau sudah jadi insyaallah malam sudah ada postingan terbaru. Mungkin kendalanya dari segi pembagian waktu karena minimnya kru yang ada di Ngaos Abah. Kalau di akun pondok sendiri itu insyallah sudah baik lagi karena dari orang dalam semua dan juga anak-anak kuliah istilahnya tidak ada kepentingan diluar selain kuliah jadi malam itu sudah fokus dimedia.	WA.RM2.11
12.	Bagaimana cara membuat konten cuplikan dari live streaming Abah Kyai?	Jadi sumber-sumber konten Ngaos Satu Menit di Instagram biasanya diambil dari rekaman live streaming Abah Kyai. Bagian yang penting dipotong lalu diunggah ke Instagram, agar jamaah terutama yang tidak sempat ikut kajian langsung tetap bisa mengikuti lewat online. Jarang sekali, misalnya orang tua yang benar-benar tidak punya waktu luang di rumah, mereka biasanya mengikuti kajian dengan menonton live streaming lewat YouTube atau bisa juga melihat cuplikan yang sudah di potong lewat instagram. Video diberi deskripsi	WA.RM2.12

		singkat dan link-nya dibagikan ke grup alumni dan jamaah. Live streaming biasanya berdurasi minimal 30 menit, dan bagian pentingnya juga dipotong untuk dibagikan ulang agar lebih mudah diakses.	
13.	Jenis konten apa saja yang diposting dalam media dakwah ini?	Kebanyakan reels, kalau quotes itu ada cuman beberapa. Hampir 80% itu orang-orang lebih suka mendengarkan daripada membaca terutama dalam bentuk nukilan atau pengaosan singkat dan kilat. Jadi kami bisa menyimpulkan bahwa konten dengan format video dan suara lebih efektif. Maka dari itu, akun Ngaos Abah menghadirkan konten Ngaos Satu Menit dalam bentuk reels yang berbobot, agar audiens dapat lebih mendalami materi yang disampaikan.	WA.RM3.13
14.	Bagaimana respon pengguna sosial media terhadap konten yang sudah disajikan?	Kebanyakan yang mengikuti akun abah kyai itu NU tulen, jadi maksudnya memang benar-benar orang yang mengikuti NU dan benar-benar orang Ahlisunnah Waljamaah. Jadi kalau saya lihat kebanyakan respon atau tanggapannya dari netizen itu positif, misalnya ada yang bilang, “makasih Kyai,” atau saling mengingatkan dalam kebaikan. Tapi ada juga beberapa komentar negatif, terutama saat topiknya sensitif seperti soal nasab. Ada yang setuju, ada juga yang kurang setuju, bahkan ada yang komentar seperti mengajak debat. Tapi secara keseluruhan, respon yang masuk lebih banyak yang mendukung dan positif.	WA.RM3.14
15.	Bagaimana Cara mengukur keberhasilan konten dakwah di Instagram?	Yang pertama kami mengukur dari respon positif netizen, dan juga viewersnya banyak. Dan kedua dilihat dari komentarnya. Kalau komentarnya banyak dan juga timbul-timbul pertanyaan itu berarti kami berhasil mengangkat suatu konten.	WA.RM3.15
16.	Menurut anda, apakah media sosial Instagram ini sudah efektif?	Sudah efektif	WA.RM3.16

Transkrip Wawancara Tim Media Pengelola Dakwah

Lokasi Wawancara : Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang Waktu Pelaksanaan : Selasa, 22 April 2025 Narasumber : Ahmad Tajuddin Zahro’u

No.	Pertanyaan	Jawaban	Coding
1.	Bagaimana awal mula sejarah terbentuknya akun Instagram @Ngaos_Abah?	<p>“Jadi awalnya itu ada seorang alumni, masih keluarga Abah dan Umi di Kediri, juga termasuk santri asabiqul awwal, yang punya pondok besar di sana. Beliau juga pernah berkeinginan jadi dosen atau rektor di IAIN Kediri. Suatu waktu, beliau sowan ke Abah, lalu ngobrol-ngobrol dan menyampaikan ide agar Abah punya akun media sosial pribadi. Saat itu sekitar tahun 2018, saya masih fokus mengelola akun media Gasek. Tiba-tiba saya dipanggil untuk sowan ke dalem, dan ternyata langsung diminta oleh Umik Abah dan alumni tersebut Pak Anis untuk membuat akun atas nama ‘Abah Kyai Marzuqi’. Jujur, saya waktu itu syok dan bingung, karena sebagai santri, saya merasa tidak pantas menggunakan nama Abah secara langsung. Saya khawatir kalau ada yang keliru dalam pengelolaannya. Nah, di tengah kebingungan itu, saya teringat sesuatu. Setiap kali ada pengajian dari Abah, biasanya santri-santri teriak, ‘Ayo Ngaos Abah!’. Kalimat itu sangat khas di lingkungan kami. Akhirnya, tanpa berpikir panjang, saya coba pakai nama itu @Ngaos_Abah dan kebetulan nama akunnya masih tersedia. Dari situlah awal mula akun itu terbentuk. Jadi memang berdasarkan permintaan langsung dari alumni dan Umik Abah, agar dakwah Abah bisa</p>	ATZ.RM1.01

		<p>lebih meluas. Program pertama yang kami buat adalah 'Ngaos Satu Menit', yaitu potongan pendek dari ceramah Abah yang padat dan mudah dipahami. Alhamdulillah, program itu disambut baik, banyak yang suka, bahkan sempat viral.</p> <p>Sejak saat itu, konten-konten Ngaos Abah dikelola oleh tim media khusus. Kami terinspirasi dari platform-platform luar, dan berkomitmen untuk mengunggah konten dakwah setiap hari.”</p>	
--	--	--	--

Transkrip Wawancara Tim Media Pengelola Dakwah

<p>Lokasi Wawancara : Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang Waktu Pelaksanaan : Rabu, 23 April 2025, pukul 09.35 Narasumber : An Nisa Uswatun Khasanah</p>

No.	Pertanyaan	Jawaban	Coding
1.	Apa saja kendala yang dihadapi dalam menjaga konsistensi pengunggahan konten dakwah di media sosial, terutama terkait dengan pembagian waktu?	Kalau kendala aku rasa di konsistennya ya, soalnya aku sama mas Arya sama sama kerja. Jadi beberapa konten kadang gak terupload sesuai jadwal. Terus juga kadang kita dapat reels nya dari cuplikan video livenya abah, nah dari situ kita gak mesti liat live nya karena kesibukan masing-masing. Jadi ya kaya kekurangan konten	AUK.RM2.01

Transkrip Wawancara Tim Media Pengelola Dakwah

Lokasi Wawancara : Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang
Waktu Pelaksanaan : Senin, 21 April 2025, pukul 12.00
Narasumber : Arya Reksanegara

No.	Pertanyaan	Jawaban	Coding
1.	Apa saja langkah awal yang dilakukan tim media dalam mengelola akun Instagram dakwah, termasuk pembagian tugas dan peran masing-masing anggota divisi?	Langkah awal yaitu membentuk struktur anggota divisi sesuai dengan keahlian masing masing guna untuk mengatur jalannya konten dakwah 1. Pimpinan dan tanggung jawab media dakwah: Ahmad Tajuddin Zahro'u 2. Divisi Video Editing & Publikasi: Arya Reksanegara 3. Divisi Desain Grafis: An Nisa Uswatun Khasanah 4. Divisi Terjemah Kitab: Churi Wardah Nihayati 5. Divisi Live Streaming: Wildan Al Kaustar	AR.RM2.01
2.	Bagaimana strategi tim media dalam mengemas konten dakwah agar tampilan visualnya menarik dan mudah dipahami oleh audiens di media sosial?	Kita usahakan kontennya nggak cuma isinya bagus, tapi tampilannya juga menarik. Biasanya kita pakai desain grafis atau ilustrasi yang bisa langsung menyita perhatian orang. Terus kalau ada ayat Al-Qur'an, hadits, atau dawah Abah, kita buat versi infografisnya biar gampang dipahami. Kadang juga kita ambil kutipan motivasi dari Abah, terus kita bikin pakai tulisan yang estetik, typography-nya dibikin rapi dan enak dilihat, biar pas dilihat tuh langsung kena di hati	AR.RM2.02
3.	Apa strategi yang digunakan dalam memilih waktu dan tagar untuk mengunggah konten dakwah agar lebih efektif	Misalnya, coba gunakan tagar seperti #HaditsHarian atau #JumatBerkah. Ini kan udah jadi kebiasaan banyak orang di media sosial, jadi audiens bakal lebih mudah tertarik dan merasa relate.	AR.RM2.03

	dalam menjangkau audiens di media sosial?	Terus, jangan lupa manfaatkan waktu-waktu ketika audiens paling aktif, seperti pagi, siang, atau malam setelah kerja atau sekolah. Biasanya, kalau posting di jam-jam itu, kemungkinan orang lihat dan interact dengan konten kita lebih tinggi. Jadi, penting banget untuk ngerti kapan audiens kita lagi on, biar postingan bisa maksimal.	
4.	Konten dakwah di reels biasanya diambil dari kitab apa saja?	Konten dakwah yang diunggah direels berupa hadist pilihan dari kitab bulughul maram, kitab mukhtarul ahadist, kitab riyadus sholihin, kitab muqtathfat li ahli bidayah.	AR.RM3.04
5.	Biasanya Kalau bikin reels atau quotes, bahasanya bagaimana?	Dalam mengunggah reels atau quotes, sebaiknya menggunakan Bahasa yang santai, gaul, mudah dipahami, tidak terlalu formal, dan disesuaikan dengan trend terkini.	AR.RM3.05

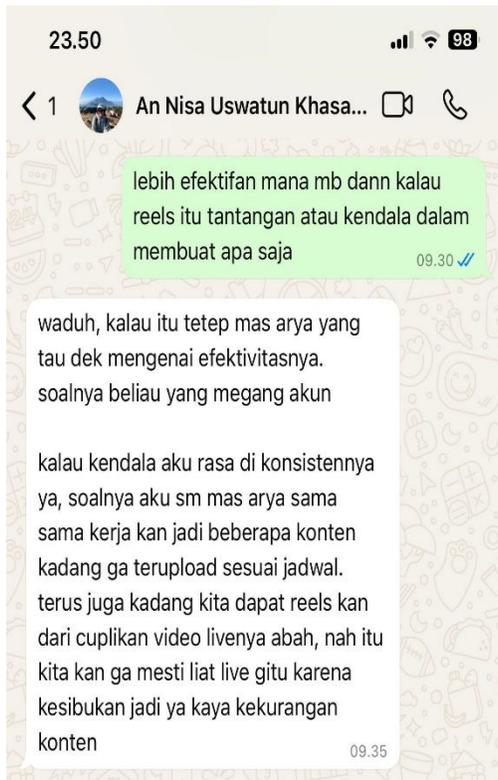
Lampiran 6: Dokumentasi



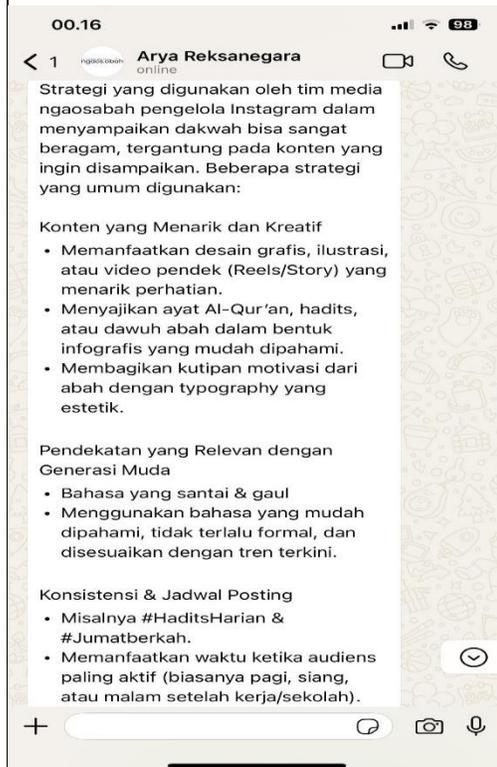
Dokumentasi wawancara dengan Wildan Alkautsar Selaku tim media dakwah pengelola Instagram



Dokumentasi wawancara online via whatsapp dengan Ahmad Tajuddin Zahro'u selaku pemimpin tim media dakwah pengelola Instagram melalui Arya Reksanegara.



Wawancara online via whatsapp dengan An Nisa Uswatun Khasanah selaku tim media dakwah pengelola Instagram



Wawancara online via whatsapp dengan Arya Reksanegara selaku tim media dakwah pengelola Instagram

00.16

Arya Reksanegara
online

Kemudian apa saja jenis konten dakwah yang diunggah oleh tim media? 09.20

Konten dakwah yang di unggah berupa hadist pilihan dari kitab bulughul maram, kitab mukhtarul ahadist, kitab riyadus sholihin, kitab muqtathfat li ahliil bidayah & dawuh jumatberkah 09.48

Wawancara online via whatsapp dengan Arya Reksanegara selaku tim media dakwah pengelola Instagram

00.15

Arya Reksanegara
erakhir dilihat kemarin pukul 23.02

Sen, 21 Apr

Pimpinan / direktur media dakwah :
Ahmad Tajuddin Zahro'u
Divisi Konten Ngaosabah

- Divisi Video Editing & Publikasi : Arya Reksanegara
- Divisi Desain Grafis : An Nisa Uswatun Khasanah
- Divisi Terjemah Kitab : Churi Wardah Nihayati
- Divisi Live Streaming : Wildan Al Kaustar
- Penanggung jawab : Ahmad Tajuddin Zahro'u

12.42

Wawancara online via whatsapp dengan Arya Reksanegara selaku tim media dakwah pengelola Instagram

Lampiran 7: Jurnal Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
Jalan Gajayana Nomor 50, Telepon (0341)551354, Fax. (0341) 572533
Website: <http://www.uin-malang.ac.id> Email: info@uin-malang.ac.id

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI/TESIS/DISERTASI

IDENTITAS MAHASISWA

NIM : 210101110139
Nama : ANNISA NURIL FARADISA
Fakultas : ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jurusan : PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
Dosen Pembimbing 1 : Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd
Dosen Pembimbing 2 :
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi : Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Penyerian Dakwah bagi Mahasantri di Pondok Pesantren Sabulurosyad Gasek Malang

IDENTITAS BIMBINGAN

No	Tanggal Bimbingan	Nama Pembimbing	Deskripsi Proses Bimbingan	Tahun Akademik	Status
1	04 Juni 2024	Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd	Pemantapan judul, latar belakang dan rumusan masalah	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
2	07 Juni 2024	Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd	Membuat outline dengan ketentuan judul dan penetapan judul	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
3	11 Juni 2024	Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd	Perubahan rumusan masalah dan kajian teori	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
4	14 Juni 2024	Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd	Memperbaiki kajian teori, dan point point yang tidak penting dihapus	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
5	21 Juni 2024	Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd	Memperbaiki fokus penelitian yang kurang tepat	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
6	30 Juli 2024	Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd	Outline sudah benar, dan diperbolehkan membuat proposal lengkap dari bab 1-3	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
7	27 September 2024	Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd	Mengumpulkan proposal	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
8	02 Oktober 2024	Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd	Mengambil proposal	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
9	07 Oktober 2024	Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd	Mengumpulkan proposal hasil revisi	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
10	10 Oktober 2024	Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd	Mengambil proposal hasil revisi yang sudah dikoreksi oleh pembimbing	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
11	18 Oktober 2024	Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd	Mengumpulkan proposal hasil revisi	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
12	21 Oktober 2024	Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd	Proposal sudah di ACC dan sudah bisa ikut ujian sempro	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
13	02 Mei 2025	Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd	Mengajukan skripsi bab 1-6, kelengkapan dan bisa daftar ujian sidang skripsi	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Telah disetujui
Untuk mengajukan ujian Skripsi/Tesis/Desertasi

Dosen Pembimbing 2

Malang
Dosen Pembimbing 1

Prof. Dr. H. Nur Ali, M.Pd

Kajur / Kaprodi,

Muhammad

Lampiran 8: Sertifikat Bebas Plagiasi

 **KEMENTERIAN AGAMA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
PUSAT PENELITIAN DAN ACADEMIC WRITING

Sertifikat Bebas Plagiasi

Nomor: 1178/Un.03.1/PP.00.9/07/2024

diberikan kepada:

Nama : Annisa Nuril Faradisa
NIM : 210101110139
Program Studi : Pendidikan Agama Islam
Judul Karya Tulis : Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Penyiaran Dakwah bagi Mahasantri di Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang

Naskah Skripsi/Tesis sudah memenuhi kriteria anti plagiasi yang ditetapkan oleh Pusat Penelitian dan Academic Writing, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Malang, 13 Mei 2025
Kepala,

Benny Afwadzi

BIODATA MAHASISWA



Nama : Annisa Nuril Faradisa

Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 22 Maret 2002

Alamat : Jalan Raya Rt 06 Rw 01 Jenggolo, Kepanjen, Malang,
Jawa Timur, 65163.

Email : nisafaraaa@gmail.com

No. Hp : 085850105830

Riwayat Pendidikan :

1. TK Dharma Wanita VI Jenggolo
2. SDN Jenggolo 01
3. SMPN 5 Kepanjen
4. SMKS Al-Munawwariyyah Bululawang