ABSTRACT

Burhanuddin. Moh. Firdaus: F52917020, this thesis is titled "Da'wah Management In Social Media Era Milenial Study Community Arus Informasi Santri East Java".

Keywords: Da'wah management, Social media.

Da'wah management in world social media must have knowledge and experience in using social media corresponding da'wah management goes according to desired in accordance with Islamic teachings. This research is important because da'wah management community Arus Informasi santri East Java in social media.

This research discusses three problem formulations, concept da'wah management, policy da'wah management, contribution da'wah management perspective community arus informasi santri in social media era milenial.

This thesis research adressed intended find out and understand da'wah management activities in santri social media that occur in community Arus Informasi Santri East Java in managing social media so that becomes useful tool in obtaining religious knowledge and disseminating useful knowledge of santri and well as the general public.

Answering problems da'wah management di social media, This research we use qualitative methods helpful for obtaining facts and data. How collects social media to preach. Data collection do with observations, interviews, and documentation. The legality data used in this research is source triangulation.

The results research obtained in answering three formulation problem: *First*, Concept Da'wah Management in social media that is conveying Aswaja teachings to santri, with digital way. *Second*, Policy through da'wah management in social media is with rules violate't social media ethics. Third, Contribution Da'wah Management Perspective through da'wah management in social media capable give insights religious with utilize development information technology.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTRAK

Burhanuddin. Moh. Firdaus: F52917020, tesis ini berjudul "Menejemen Dakwah Di Media Sosial Era Milineal Studi Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur".

Kata kunci : Manajemen dakwah, Media sosial.

Manajemen dakwah di dunia media sosial harus memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam menggunakan media sosial agar manajemen dakwah berjalan sesuai dengan yang diinginkan ajaran islam. Penelitian ini penting dilakukan karena manajemen dakwah.

penelitian ini membahas tiga rumusan masalah, konsep manajemen dakwah, kebijakan manajemen dakwah, dan kontribusi manajemen dakwah perspektif komunitas arus informasi santri di media sosial era milenial.

Penelitian tesis ini ditujukan untuk mengetahui dan memahami kegiatan manajemen dakwah di media sosial santri yang terjadi dalam komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur dalam mengelola media sosial agar menjadi suatu alat yang berguna juga untuk mendapatkan ilmu agama dan menyebarkan ilmu yang berguna santri dan juga bagi masyarakat umum.

Menjawab permasalahan manajemen dakwah komunitas Arus Informasi di media sosial, Maka penelitian ini kami menggunakan metode kualitatif yang bermanfaat untuk memperoleh fakta dan data. Bagaimana mengolola media sosial untuk berdakwah. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan trianggulasi sumber.

Hasil penelitian yang diperoleh dalam menjawab tiga rumusan masalah: *Pertama*, Konsep Manajemen dakwah di media sosial yaitu menyampaikan ajaran Aswaja kepada santri dengan cara digital. *Kedua*, kebijakan melalui manajemen dakwah di media sosial adalah dengan aturan tidak melanggar etika bermedia sosial. *Ketiga*,Kontribusi melalui manajemen dakwah di media sosial mampu memberikan wawasan keagamaan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga Tesis dengan judul "**MENEJEMEN DAKWAH ERA DI MEDIA SOSIAL MILINEAL (Studi Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur)"** ini dapat terselesaikan.

Shalawat bertangkaikan salam semoga tetap terlimpah Rasulullah SAW berserta keluarga dan para sahabatnya. Semoga kita termasuk umat yang mendapatkan *shafa'at*-Nya kelak di hari kiamat. Seiring dengan ini penulis sangat berterima kasih kepada orang tua dan saudara tercinta, karena dengan cinta, do'a dukungan mereka. Baik moral maupun material, tesis ini dapat diselesaikan dengan lancar.

Keberhasilan tesis ini juga tidak lepas dari peran bebagai pihak yang telah membantu penulis, baik berupa bimbingan, tenaga, materi, maupun motivasi. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak tersebut, diantaranya:

1. Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag, selaku Direktur Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya dan selaku dosen pembimbing tesis. Kesabaran dan ketelitian beliau dalam mendampingi dan megarahkan selama penulisan tesis ini dari awal hingga akhir, mampu menjadikan karya ilmiah ini menjadi sebuah karya yang dapat dipertanggungjawabkan.
2. Orang Tua dan Adikku terkasih yang telah memberikan perhatian serta doa.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Dr. H. Suis M.Fil.I, selaku Ketua Prodi Dirasah Islamiyah Khususnya Progam Kepemudaan UIN Sunan Ampel Surabaya.
4. Dr. H. Khotib, M.Ag dan Dr. H. Hammis Syafaq, M.Fil.I, selaku Sekertaris Prodi Dirasah Islamiyah Khususnya Progam Kepemudaan UIN Sunan Ampel Surabaya.
5. Dr. Abdul Basith Junaidi, M.Ag, selaku Penguji tesis dengan rela meluangkan waktu dan tenaga untuk menguji tesis saya ini.
6. Seluruh Dosen di Pasca Sarjana khususnya Prodi Dirasah Islamiyah Khususnya Progam Kepemudaan UIN Sunan Ampel Surabaya yang telah membimbing serta mentransfer keilmuannya kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
7. Para sahabat terbaikku di Progam Kepemudaan tahun 2017 UIN Sunan Ampel Surabaya, yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu. Bersama kalian, hari-hari menuntut ilmu terasa ringan dan indah. Semoga kebersamaan ini tetap abadi.
8. Seluruh Pengurus dan Anggota Arus Informasi Santri di Jawa Timur, terima kasih atas bantuannya, atas informasi, dan data yang diberikan kepada penulis.
9. Seluruh staf dan karyawan Pasca Sarjana UIN Sunan Ampel Surabaya
10. Semua pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membantu, sehingga tesis ini dapat selesai tepat waktu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan tesis ini masih terdapat kemungkinan banyak kekurangan, untuk itu kritik dan saran dari semua pihak senantiasa penulis harapkan, harapan dari penulis semoga tesis ini bisa bermanfaat bagi para pembaca, khususnya yang peduli terhadap organisasi atau komunitas manajemen dakwah di media sosial.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah diberikan oleh semua pihak kepada penulis mendapatkan balasan yang setimpa dan di angkat derajatnya setinggi-tingginya oleh Allah SWT.

Surabaya, 5 Juli 2019
Penulis

Moh. Firdaus Burhanuddin

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN ..... **i**

SAMPUL DALAM ..... **ii**

PERNYATAAN KEASLIAN ..... **iii**

PERSETUJUAN PENGUJI ..... **iv**

PEDOMAN TRANSLITASI ..... **vi**

MOTTO ..... **vii**

ABSTRAK ..... **viii**

KATA PENGANTAR ..... **x**

DAFTAR ISI ..... **xiii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 6
C. Rumusan Masalah 6
D. Tujuan Penelitian 7
E. Kegunaan Penelitian 7
F. Penelitian Terdahulu 8
G. Penegasan Istilah 11
H. Sistematika Pembahasan 15

BAB II KAJIAN PUSTAKA **16**

A. Manajemen Dakwah 16
1. Pengertian Manajemen 16
2. Pengertian Dakwah dan Unsur-unsur Dakwah 20
3. Pengertian Manajemen dakwah 30
4. Unsur-Unsur Manajemen 32

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Ruang Lingkup Manajemen Dakwah 33
6. Fungsi Manajemen Dakwah 35
B. Santri 50
1. Pengertian Santri 50
2. Tradisi Santri 52
3. Santri Sebagai *Digital Native* 53
C. Media Sosial Era Milenial 54
1. Pengertian Media Sosial 54
2. Karakter Media Sosial 57
3. Fungsi Media Sosial 59
4. Terapan Media Sosial 60

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 63

A. Jenis dan Metode Penelitian 63
B. Sumber Data dan Objek Penelitian..... 66
C. Sumber Data Penelitian 67
D. Teknik Pengumpulan Data 68
E. Teknik Analisis Data 70
F. Keabsahan Data 72

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA 74

A. Profil Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur 74
1. Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur 74
2. Visi dan Misi 77
3. Lambang Makna dan Filosofi Logo 77
4. Pengurus 79
5. Progam 79
6. Partnership 86
B. Temuan 86
1. Admin Media Sosial 87
2. Cara Mengelola Akun 88

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Media Sosial 89
4. Mitra Pondok 89
5. Musyawarah 90
C. Penyajian dan Analisis Data 90
1. Konsep Manajemen Dakwah Perspektif Arus Informasi Santri Jawa Timur di Media Sosial Era Millenial 91
2. Kebijakan Manajemen Dakwah Perspektif Informasi Santri Jawa Timur di Media Sosial Era Millenial 96
3. Kontribusi Manajemen Dakwah Perspektif Informasi Santri Jawa Timur di Media Sosial Era Millenial 101

BAB V PENUTUP 105

A. Kesimpulan 105
B. Saran 105

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Subjek Penelitian 66

Tabel 4.1 Progam kegiatan 83

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Lambang AIS Jawiwetan 79

Gambar 4. 2 Ig AIS Jawiwetan 3 November 2017 91

Gambar 4. 3 Ig AIS Jawiwetan 3 Juli 2019 92

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PEDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aktivitas penting didalam ajaran Islam untuk berdakwah. Adanya dakwah, dapat diketahui, dihayati, dan diamalkan oleh santri dari generasi ke generasi berikutnya. Sebaliknya, tanpa dakwah terputuslah generasi santri yang mengamalkan dan selajutnya Islam akan lenyap dari permukaan bumi. Dakwah harus ditunaikan dengan baik sehingga dakwah benar-benar berfungsi menyebarkan kepada masyarakat. Dakwah sebagai ikhtiyar untuk dilestarikan nilai-nilai dari generasi ke generasi berikutnya agar tidak terputus. Dakwah berfungsi korektif yakni meluruskan ahklak, mencegah kemungkaran dan mengeluarkan santri dari kegelapan rohani. Dimana dakwah merupakan pekerjaan yang memerlukan kemampuan intelektual, konsentrasi dan dedikasi yang tinggi, merupakan kewajiban yang harus dikerjakan dengan totalitas, dakwah memiliki kekuatan yang efektif dalam santri sebagai sarana menyampaikan etika.

Dakwah telah melampau kebiasaaan-kebiasaan yang selama ini dilakukan yakni ceramah (*bi al-lisan*), nasihat yang baik (*mau'iẓah ḥasanah*), dan dakwah materi (*da'wah bil al-hal*) menuju dakwah yang meliputi persoalan-persoalan kompleksitas manusia modern. Contoh kongkritnya adalah dakwah melalui tulisan (*da'wah al-kitabah*), dakwah melalui informasi dan teknologi (*e-da'wah*), dan melalui lingkungan hidup (*go-green*). Perkembangan modern dakwah era

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kontemporer ditandai dengan pemanfaatan informasi dan teknologi dalam rangka memaksimalkan proses jalannya dakwah agar sampai kepada masyarakat.[1]

Akhir-akhir ini media sosial mempunyai kedudukan yang sangat vital dan banyak diminati santri. Bukan hanya di negara kita saja, tetapi di negara-negara maju, termasuk Amerika Serikat, dll. Jalaluddin Rahmat mengatakan bahwa media sosial menjadi agama masyarakat, itu artinya masyarakat sekarang sudah belajar hidup dari media sosial. Negara Amerika Serikat pernah menganggap bahwa media sosial sebagai "*the second God"* (Tuhan kedua). Tetapi media sosial bukan tidak mungkin sudah menjadi "*the first God*" (Tuhan pertama), kalau kita lihat dari peranan fungsi media sosial sebagai "kotak ajaib" yang bisa membuat seseorang betah dihadapan media sosial sampai berjam-jam.[2]

Teknologi informasi berupa media sosial memegang peranan penting dalam penyebaran dan penyajian informasi, namun begitu dengan segala manfaat dan kemudahan yang didapat, kemajuan teknologi informasi membawa pengaruh itu dapat dirasakan pada kehidupan sehari-hari yang tidak bisa lepas dari norma-norma santri. Perubahan hidup gaya dan perilaku santri kemungkinan besar akibat perubahan dan timbulnya kemajuan teknologi informasi. Sementara santri yang berperan dalam dunia informasi memakai kata-kata "globalisasi" untuk menghapus sedikit demi sekidit budaya santun yang kita punya. Disisi lain beberapa komunitas yang memperjuangkan keutuhan budaya dan berusaha mengembalikan norma-norma agama yang semakin terkikis habis oleh

---

[1] Andy Dermawan, "*Manajemen Perngorganisasian* THE ESQ Way 165 di Daerah Istimewa Yogyakarta", dalam Jurnal Penelitian Agama, 2007, h. 20.

[2] Jalaluddin Rahmad, *Catatan Kang Jalal Visi Media, Politik dan Pendidikan*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1998, Cet. Ke-2, h.26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebudayaan Barat, Mereka yang biasa juga disebut dengan para aktivis dakwah dan bergerak dalam bidang media sosial mencoba membendung weternisasi yang semakin gencar, mereka selalu berusaha menggunakan inovasi dan strategi yang baik agar diterima oleh khalayak dan bisa berpengaruh dalam kehidupan mereka. Dari dua sisi ini saja secara disadari maupun tidak telah terjadi peran informasi media sosial sebagai media yang sangat vital dalam dunia informasi, dan merupakan wadah yang sangat strategis untuk mempengaruhi manusia.

Media sosial merupakan merupakan media yang cukup efektif dan efisien dalam menyebarkan dakwah. Karena melalui dakwah ini sasaran dakwah lebih luas terjangkau. Mengingat media sosial merupakan media yang bersifat audio visual (suara dan gambar) yang dapat dinikmati dimanapun, sehingga mad'u juga dapat mendengar isi pesan dakwah bahkan melihat da'i yang menyampaikannya.

Media sosial sebagai media yang memiliki tiga fungsi yang selalu melekat pada dirinya, yaitu mendidik (*to education*), menginformasikan (*to inform*), dan menghibur (*to entertain*). Melihat ketiga fungsi tersebut, tampaknya media sosial dengan segala sifat maupun karakternya memiliki peluang yang cukup besar dalam perkembangan dakwah. Sehingga aktivitas dakwah tidak hanya dilakukan dengan cara ketemu langsung.[3]

Dengan hadirnya media sosial sebagai media dakwah, maka diharapkan mampu memberikan manfaat bagi perkembangan dakwah Islam. Sebab jika media sosial tersebut dimanfaatkan kearah yang positif, maka dampak negatif yang

[3] Onong Uchayana Effendi, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Bandung: Penerbit Alumni, 1981, h.3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditimbulkan media sosial bisa diimbangi dengan berbagai macam kegiatan atau progam-progam yang positif.

Media sosial sebagai media komunikasi, dalam menayangkan dan menyajikan postingan, baik siaran langsung maupun siaran ulang, tidak terlepas dari proses manajemen sebagai penggerak umat dalam kegiatan produksi untuk menghasilkan postingan yang baik dan bagus, sehingga postingan yang disampaikan dapat diterima dan dinikmati dengan baik.

Tantangan utama yang harus diwajibkan oleh umat manusia dimasa depan adalah peningkatan kemampuan untuk mencapai komunitas, organisasi, atau lembaga yang baik dan mengelolanya pada tingkat efisiensi, efektifitas dan produktifitas yang semakin tinggi sebagai wahana untuk mencapai berbagai tujuan yang ingin dicapai, tantangan tersebut timbul secara dinamika manusia yang pada gilirannya akan membawa perubahan baik secara internal, maupun eksternal.[4]

Maka merupakan suatu keperluan dan keharusan untuk menggunakan manajemen yang baik dan profesional, sehingga segala bentuk postingan dan kegiatan media sosial akan mencapai tingkat efesien dan efektivitas, terlebih ketika profesionalisme sudah menjadi tuntunan zaman dan mencakup semua segi kehidupan, sehingga dakwah di media sosial hanya akan ada memang ada namun tidak mempunyai data tarik untuk dilihat karena tidak aktual, tidak mengikuti perkembangan dan tidak sesuai dengan perkembangan zaman yang akhirnya ditinggalkan oleh para pengikutnya.

---

[4] Sondang P. Siagian, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara, 1992, Cet. Ke-2, h. 54.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk menghadapi tantangan seperti itu, manajerial yang handal dan profesionalisme sangat dibutuhkan perannya dalam hal peningkatan dan perbaikan kualitas yang terus menerus pada postingan di media sosial.

Adapun pengertian manajemen secara umum adalah proses kerja melalui kelompok atau individu guna mencapai tujuan. Sedangkan fungsi manajemen sangat penting digunakan pada proses pelaksanaannya untuk menunjang kerberhasilan suatu produksi. Seperti proses perencanaan, pengorganisasian, pengerakkan, dan pengawasan.[5]

Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur merupakan komunitas yang ada di Nadhatul Ulama (NU). Media sosial yang meraka gunakan berperan atau berpartisipasi dalam penyampaian informasi, baik itu informasi pendidikan maupun acara kegiatan kepada santri. Selain itu, turut serta dalam menyebarkan dakwah Islam, progam postingan yang bisa dilihat akun media sosial, format yang berbeda yang dikemas dengan bagus dan menarik, sehingga menumbuhkan rasa tertarik pada santri untuk melihat postingannya.

Penelitian ini mencoba memahami dan mengungkapkan secara kasuistik bagaimana komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur manajemen dakwahnya secara perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan dengan memanfaatkan secara maksimal potensi-potensi sumber daya yang ada menuju tujuan bersama dengan menggunakan media sosial. Hasilnya diharapkan dapat menjadi suatu model manajemen dakwah era milenial serta menjadi acuan bagi para pengelola dakwah sejenis.

---

[5] Zaini mukhtarom, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah*, Jakarta: Al-Amin dan IKFA, 1996, h.35.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang permasalahan di atas, mempunyai identifikasi masalah dan batasan sebagai berikut:

1. Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur dalam Manajemen Dakwah di Media Sosial.
2. Aktivitas Manajemen Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur di Media Sosial.
3. Kombinasi pemahaman agama santri dan Manajemen Dakwah di Media Sosial mampu menjawab tantangan komunitas di media sosial.

Agar pembatasan dalam penelitian ini lebih terpusat, maka penulis hanya melihat manajemen dakwah di media sosial komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep manajemen dakwah perspektif komunitas Arus Informasi Santri di media sosial era Milenial?
2. Bagaimana kebijakan manajemen dakwah perspektif komunitas Arus Informasi Santri di media sosial era Milenial?
3. Bagaimana kontribusi manajemen dakwah perspektif komunitas Arus Informasi Santri di media sosial era Milenial?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis konsep manajemen dakwah perspektif komunitas Arus Informasi Santri di media sosial era Milenial.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis kebijakan manajemen dakwah perspektif komunitas Arus Informasi Santri di media sosial era Milenial.
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis kontribusi manajemen dakwah perspektif komunitas Arus Informasi Santri di media sosial era Milenial.

E. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Temuan penelitian ini bermanfaat dalam melihat perkembangan zaman yang serba teknologi dan memahami manajemen dakwah yang terjadi ketika konsep dakwah, kebijakan dakwah, dan kontribusi di media sosial.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini sebagai masukan bagi santri untuk berperan aktif komunitas di media sosial lain, karena adanya manajemen dakwah komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur juga berpengaruh pada pengetahuan dan moral. Disamping itu merupakan sarana belajar bagi peneliti untuk menambah wawasan serta berfikir kritis dalam menganalisis suatu masalah tentang kesadaran tentang manajemen dakwah khususnya santri Jawa Timur, serta menambah pengetahuan bagi peneliti.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelum penelitian ini. Penelitian itu berupa skripsi, tesis, disertasi yang didalamnya sama-sama membahas tentang manajemen dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur di media sosial sebagai objek penelitian. Namun memiliki perbedaan-perbedaan didalamnya, baik dalam wujud perannya, fokus penelitiannya maupun tempat penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Effendi dengan jurnal Riset Manajemen & Bisnis "*Manajemen Dakwah Media Sosial: Telaah Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam*" fokus penelitian yang dilakukan Effendi adalah dua hal, yaitu: penggunaan media sosial modern, termasuk internet ini harus dimanfaatkan sebasar-besarnya bagi keberhasilan dakwah, lalu bagaimana pengaruh media sosial terhadap perkembangan metode atau manajemen dakwah Islamiyah di Indonesia. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan instrumen pengumpulan data melalui studi pustaka dan data yang diperoleh analisis secara kualitatif.[6]

Hasil temuannya, agar pesan-pesan dakwah para da'i sampai kepada mitra dakwahnya maka harus menggunakan berbagai macam media dakwah (*washilah*) yang dapat digunakan, baik media *visual* dan *audiovisual*. Salah satu media massa modern saat ini yang banyak digunakan oleh masyarakat dunia adalah internet dengan fasilitas didalamnya, yaitu: *website, blog, mailing-list, chatting,* ataupun jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, *e-mail*, *washapp*, *messeger*, *BBM*,

[6] Effendi Saldy, *Manajemen Media Sosial, Telaah Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam*, Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB). Vol.3.N0.2 November 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

instagram, *line* dan lain sebagainya. Metode dakwah yang dapat dilakukan melalui internet adalah *website*, *mailing list* dengan mangajak diskusi keagamaan atau mengirim pesan-pesan moral kepada seluruh anggotanya, menggunakan fasilitas *chatting* yang memungkinkan untuk berinteraksi *blog*, dan menggunakan fasilitas jejaring sosial, seperti *facebook, twitter, whatsapp, messebger, BBM, istagram* dan lain sebagainya.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang bagaimana dakwah di media sosial, perbedaannya yaitu pada metode penelitian dan objek penelitian yang berbeda.

Andy Dermawan, dalam Skripsi yang berjudul Manajemen Dakwah Kontemporer dikawasan Perkampungan (*Studi Pada Kelompok Pengajian Asmaul Husna, Potorono, Banguntapan, Bantul DIY*). Skripsi ini berisi: Pertama sebagai besar kelompok pengajian yang didirikan masyarakat itu biasanya berjalan secara apa adanya tanpa pengelolaan yang jelas. Kedua, kelompok pengajian ini dimotori sepenuhnya oleh kaum ibu-ibu yang sebagai besar ibu rumah tangga tetapi mampu memberdayakan secara baik dari sisi manajemen. Manajemen organisasi dakwahnya melalui empat tahapan, yakni perencanaan dakwah, pengorganisasian dakwah, penggerakan dakwah dan pengendalian dakwah dan evaluasi dakwah. Ada dua kekurangan yang dapat dipaparkan disini adalah bahwa kelompok pengajian kurang mampu mengawal perorganisasian dakwah dengan baik, sehingga masing-masing anggota jama'ah didalamnya menjalankan kegiatan sering terjadi tumpang tindih dan beberapa pengurus kurang sigap mengambil tindakan organisasi. Berikutnya, pada level pengendalian dan evaluasi dakwah, hanya dilevel tertentu saja yang mendapat perhatian, sehingga monitoring berjalan baik tetapi evaluasi pada beberapa bagai tertentu terlewatkan. Meski demikian, secara umum kelompok pengajian Asmaul Husna Potorono telah mampu secara operasional menjalakan proses dan fungsi-fungsi manajemen dengan baik.

Persamaan dari penelitian ini yaitu menggunakan manajemen dakwah, dalam menyampaikan pesan Islam. Karena semakin majunya zaman informasi yang disampaikan semakin banyak masalahnya. Celah yang didapat dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian ini masih kurang adanya sinergi keempat hal, yaitu perencanaan perorganisasian, penggerakan, dan evaluasi dalam bidang dakwah secara integratif-interkonektif sehingga semua persoalan dapat dilihat dan disikapi secara multidimensional.

Siti Rohimah, dalam jurnal Prosiding Komunikasi Penyiaran Islam yang berjudul Efektivitas Manajemen Komunikasi Dakwah Melalui Grup *Whatsapp Messenger*[7] yang membahas aplikasi *whatsapp* dimana orang bisa saling berkomunikasi mengirim pesan, gambar, file dokumen, *chatting* grup, telepon gratis, bahkan ada *video* call gratis. Ada salah satu organisasi Islam di Indonesia menggunakan grup chatting sebagai media komunikasi dakwah dengan orang banyak, yaitu perencanaan, perorganiasian, penggerakan, hasil Progam dakwah yang dilakukan Pusat Pemudi Persatuan Islam melalui grup whatsapp ODOA (*One Day One Ayat*) progam hafalan al-Qur'ān setiap hari dengan mengirimkan *voice note.* Perencanaan dakwah yang dilakukan dimulai dengan tahap pendaftaran seleksi anggota ODOA Setelah itu masuk ke dalam tim seleksi tahsin dengan mengirimkan *voice note* surat Maryam ayat 1-9 setelah mengirimkan rekaman tersebut nanti akan ada rapat komite dimana divisi tarbiyah, litbang dan ketua PP memutuskan siapa yang masuk atau tidaknya menjadi anggota ODOA. Setelah proses penerimaan selesai dilanjutkan dengan pengarahan anggota dalam menghafal al-Qur'ān, menerapkan peraturan anggota ODOA, menerangkan teknis hafalan, dan setelah proses itu berjalan maka akan ada evaluasi dalam grup chatting tersebut yakni ada mingguan, bulanan, dan tahunan. Perencanaan yang

[7] Siti Rahimah, *Efektivitas Manajemen Komunikasi Dakwah Melalui Grup Whatsapp Messenger*, jurnal Prosiding Komunikasi Penyiaran Islam, Vol. 3, No. 1, Tahun 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan oleh PP Pemuda Persisi pada progam ODOA cukup baik, sehingga dapat disimpulkan progam yang efektif.

Pengorganisasian didalamnya ada peran tim seleksi, tim admin grup pasangan hafalan al-Qur'ān. Perorganisasian yang dilakukan oleh PP Pemuda Persisi pada Progam ODOA cukup baik, sehingga dapat disimpulkan progam ini efektif. Pelaksanaan, upaya untuk menjalankan perencanaan menjadi kenyataan, dengan melalui berbagai pengarahan dan pemotivasian agar setiap anggota dapat melaksanakan kegiatan secara optimal sesuai dengan peran, tugas, dan tanggungjawabnya. Menghafal al-Qur'ān satu hari satu ayat merupakan langkah yang mudah namun itu dilakukan secara terus menerus. Pelaksanaan yang dilakukan oleh PP pemuda Persisi pada Progam ODOA cukup baik, sehingga dapat disimpulkan progam ini efektif. Hasil yang didapat dari progam ODOA yakni fungsi manajemen pada progam ODOA Pemuda Persisi menunjukkan hasil yang baik dan efektivitas progamnya menunjukkan hasil yang baik.

Persamaan dengan penelitian ini bahwa disini menjelaskan media sosial harus berisi bermanfaat masyarakat dan bisa di aplikasikan di kehidupan sehari-hari. Perbedaan adalah bahwa penelitian ini masih berupa menjelaskan secara deskripsi tentang kelebihan media elektronik dan penggunaannya belum bisa memastikan apakah siaran itu sampai kepada organisasi yang inginkan.

G. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini, komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur digunakan untuk membahas manajemen dakwah santri yang bergerak di media sosial. Kebijakan-kebijakan yang dirumuskan tentu memiliki implikasi terhadap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sasarannya. Peran aktif santri tentunya menunjukkan bahwa dalam teknologi santri memiliki kemampuan yang berbeda, bahkan pemikirannya sangat dibutuhkan untuk menghadapi berbagai persoalan di era Milenial.

Dari pendapat diatas, maka dalam penelitian ini ada beberapa teori yang dipaparkan sebagai acuan terhadap permasalahan yang ada. Adapun teori-teori tersebut sebagai berikut:

1. Manajemen Dakwah

   Menurut Mahmuddin, manajemen dahwah adalah suatu proses dalam memanfaatkan sumber daya (insani dan alam) dan dilakukan untuk merealisasikan nilai-nilai ajaran Islam sebagai tujuan bersama.[8] M. Munir dalam bukunya mendefinikasikan manajemen dahwah sebagai pengaturan secara sistematis dan koordinatif dalam kegiatan dan aktivitas dakwah yang dimulai dari sebelum pelaksanaan sampai akhir dari kegiatan dakwah.[9] Pengertian tersebut membawa kepada pemahaman bahwa didalam sebuah manajemen dakwah terdapat sistem yang cukup kompleks sehingga membutuhkan sinergisitas semenjak awal perencanaan yang ditetapkan hingga pada implementasi aktifitas dakwah.

   Dari pendapat beberapa ilmuwan diatas mengenai pengertian manajemen dakwah, dapat disimpulkan bahwa manajemen dakwah adalah aktivitas organisasi dakwah untuk mengelola seluruh sumber daya yang dimiliki melalui proses perencanaan, pelaksanan dan pengendalian untuk mencapi tujuan dakwah yaitu amar ma'ruf nahi mungkar.

---

[8] Mahmudin, *Manajemen dakwah Rasulullah*, Jakarta: Restu Ilahi, 2004, h. 23.
[9] M. Munir, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2006, h. 36-37.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Media sosial

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis internet yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: *twitter, facebook, instagram, Path, washapp* dll. Definisi lain dari media sosial juga dijelaskan oleh Van Dijk media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang menfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan masyarakat.[10]

Menurut Shirky media sosial dan perangkat lunak merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, bekerja sama antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berpikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadi kita sebagai diri sendiri.[11]

Beberapa pengertian diatas tentang penggunaan media sosial maka dapat disimpulkan penggunaan media sosial adalah proses atau kegiatan yang dilakukan seseorang dengan sebuah media sosial yang dapat digunakan untuk

[10] Michael Haenlein, *Users of The Word, Unite! The Challenges and Opportunities Of Media sosial*, Business Horizons, 2010, h. 59-68.
[11] Rulli Nasrullah, *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi,* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017, h. 11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbagi informasi, berbagi ide, berkreatif, berfikir, berdebat, menemukan teman baru dengan sebuah aplikasi online yang dapat digunakan melalui smartphone.

3. Remaja dan Santri

Elizabeth B. Hurlock remaja (*adolescence*) yang berarti tumbuh menjadi dewasa. Bangsa orang-orang zaman purbakala memandang masa puber dan masa remaja tidak berbeda dengan periode-periode lain dalam rentang kehidupan anak dianggap sudah dewasa apabila sudah mampu mengadakan reproduksi. *Adolescence* adalah yang dipergunakan saat ini, mempunyai arti yang sangat luas, yakni mencakup kematangan mental, sosial, emosional, pandangan ini diungkapkan oleh piaget dengan mengatakan, secara pskologis, masa remaja adalah usia dimana individu berinteraksi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa dibawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada tingkat yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah integritas dalam masyarakat mempunyai aspek efektif, kurang lebih berhubungan dengan masa puber, termasuk juga perubahan intelektual yang mencolok. Tranformasi intelektual yang khas dari cara berpikir remaja ini memungkinkannya untuk mencapai integritas dalam hubungan sosial orang dewasa, yang kenyataannya merupakan ciri khas yang umum dari periode perkembangan.[12]

[12] Elizabeth B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, Jakarta: Erlangga, 2003, h. 23.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

H. Sistematika Penelitian

Dalam tesis ini sistematika pembahasan penelitian ini disusun menjadi lima bab dan dibagi dalam beberapa bahasan, yatu:

Bab pertama, latar belakang masalah, identifikasi dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan pembahasan, kegunaan penulisan, penelitian terdahulu, kerangka teoritik, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua yaitu landasan teori yang didalamnya berisi tentang: manajemen dakwah, santri, dan media sosia era milenial.

Bab ketiga berisi tentang metode penelitian yang di dalamnya berisi jenis dan metode penelitian, sumber data dan objek penelitian, pengelolaan data, analisis data, teknis analisis, dan keabsahan data.

Bab keempat merupakan penyajian dan analisis data yang didalamnya berisi tentang: Profil Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur, Temuan, Penyajian dan Analisis Data yaitu konsep dakwah komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur di Media Sosial, kebijakan dakwah komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur di Media Sosial, dan kontribusi komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur di Media Sosial. Temuan di komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur di Media Sosial.

Bab kelima berisi penutup dari penelitian ini, yang meliputi kesimpulan dan saran dari penulis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Manajemen Dakwah

1. Pengertian Manajemen

Secara etimologis, kata manajemen berasal dari bahasa Latin, yaitu dari asal kata *manus* yang berarti tangan dan *agree* (melakukan). Kata-kata itu digabung menjadi *manager* yang artinya menangani. *Managere* diterjemahkan ke bahasa Inggris *to manage* (kata kerja), *management* (kata benda), dan *manager* untuk orang yang melakukannya. *Management* diterjemahkan ke bahasa Indonesia menjadi manajemen (pengelola).[1]

Sedangkan menurut para ahli, pengertian manajemen terdapat banyak definisi yang dikemukakan, diantaranya adalah:

a. Dr. Sondang P. Siagian MPA menyatakan manajemen adalah kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain.[2]
b. Robert Kritiner mendefinikasikan manajemen sebagai suatu proses kerja melalui orang lain untuk mencapai tujuan organisasi dalam lingkungan yang berubah. Proses ini berpusat pada penggunaan yang efektif dan efisien terhadap penggunaan sumber daya manusia.[3]

[1] R.P. S dan Usman Akbar, *Pengantar Statistika*, Yogyakarta: Sinar Baru, 2013, h. 76.
[2] P Soegeng Siagian, *Disiplin Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006, h. 27.
[3] Robert Kritiner, *Prinsip-Prinsip Perilaku Organiasi*, Jakarta: Erlangga, 2002, h. 112.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. George R. Terry berpendapat bahwa manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.[4]

Dari beberapa pernyataan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen merupakan serangkaian kegiatan merencanakan, pengendalian, dan mengembangkan segala upaya dalam mengatur dan mendayagunakan sumber daya manusia, sarana dan prasarana untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.[5]

Berdasarkan pengertian manajemen secara umum manajemen itu mempunyai tahapan perencanaan dalam proses manajemen. Salah satu tahapan perencanaan dalam proses manajemen. Salah satu tahapan perencaan manajemen yaitu perencaan strategis seperti halnya *by objectives* yaitu manajemen berdasarkan sasaran atau MBO (*Management by Objective*), yaitu sistem manajemen dimana sasaran kinerjanya secara terperinci ditentukan bersama-sama oleh anak buah dengan pimpinan mereka. Manajemen *by objectives* berhubungan dengan proses perumusan rencana, yang dinamakan strategi-strategi yang mengidentifikasi baik sasaran dasar organisasi yang bersangkutan maupun ketrampilan-ketrampilan dasar untuk

[4] Siswanto H.B, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006, h. 98.
[5] Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Prenada Media, 2006, h. 11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memenuhinya.[6] Dalam manajemen *by objectives* terdapat dua pembagian, diantaranya yaitu:

a. Organisasi Profit

Organisasi profit adalah suatu kerjasama yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk mecapai tujuan bersama yakni untuk menghasilkan laba. Organisasi ini menyediakan atau menghasilkan barang maupun jasa guna untuk memperoleh hasil ataupun lama sesuai dengan keinginan pemilik organisasi tersebut.

Organisasi profit merupakan suatu kesatuan usaha yang utuh pada organisasi-organisasi yang berorientasi laba. Pada organisasi berorientasi laba, jangka waktu yang kegiatan operasional suatu perusahaan akan dapat diketahui melalui anggaran dasar yang telah dibuatnya. Selain itu, organisasi ini sewaktu-waktu dapat dibubarkan apabila ternyata tidak dapat lagi memperoleh keuntungan dan terus-menerus menderita kerugian sehingga modalnya menjadi sangat berkurang.

b. Organisasi Non Profit

Organisasi non profit atau organisasi nirbala adalah suatu organisasi yang bersasaran pokok untuk mendukung suatu isu atau perihal didalam menarik perhatian publik untuk suatu tujuan yang tidak

[6] Winardi Hardjono, *Manajemen Pemasaran Modern dan Perilaku Konsumen*, Bandung: Penerbit Sinar Baru, 2000, h. 193.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komersial, tanpa ada perhatian terhadap hal-hal yang bersifat mencari laba.

Organisasi non profit berdiri untuk mewujudkan perubahan pada individu atau komunitas. Organisasi non profit menjadikan sumber daya manusia sebagai aset yang paling berharga, karena semua aktivitas organisasi ini pada dasarnya adalah dari, oleh dan untuk manusia. Pada organisasi non profit tidak ada kepemilikan seperti lazimnya pada organisasi bisnis, dalam arti bahwa kepemilikan dalam organisasi non profit tidak dapat dijual, dialihkan atau ditebus kembali.

Dalam manajemen dakwah, hasil yang difokuskan adalah sasaran dakwah yang menjadi target bagi aktivitas dakwah yang direalisasikan dalam bentuk yang kongkret. Sasaran atau bisa disebut dengan tujuan. Pada proses manajemen ini sendiri dalam penggunaannya diorientasikan pada hasil-hasil yang dikehendaki, misalnya bagai da'i, *mad'u*, atau masyarakat. Sasaran itulah yang dapat memberikan arah bagi semua keputusan manajemen, dan merupakan sebuah kriteria yang digunakan untuk dapat mengukur prestasi aktual. Inilah yang disebut dengan dasar perencanaan.[7] Adapun sasaran dalam proses manajemen dakwah ini adalah aktivitas dakwah yang menghasilkan nilai tertentu.

[7] Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Prenada Media, 2006, h. 34.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Pengertian Dakwah dan Unsur-unsur Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa "*Da'wah*" berarti: panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *mashdar*. Sedangkan bentuk kerja (fi'il) nya adalah berarti: memanggil, menyeru atau mengajak (*Do'a, Yad'u, Da'watan*). Orang yang berdakwah biasa disebut dengan da'i dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan *Mad'u*.[8]

Dalam pengertian istilah dakwah diartikan sebagai berikut:

1) Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat.
2) Syaikh Ali Makhfudz, dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin* memberikan definisi dakwah sebagai berikut: dakwah Islam yaitu mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (agama) menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagian di dunia dan akhirat.

[8] Agus Saputra, *Membuat Aplikasi Absesnsi dan Kuesioner*, Jakarta: PT. Elex Media Koputindo, 2012, h.1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.[9]

Dari definisi-definisi tersebut, meskipun terdapat perbedaan dalam perumusan, dapat diambil kesimpulan bahwa dakwah adalah suatu kegiatan ajakan dan seruan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku yang dilaksanakan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun kelompok agar timbul dalam dirinya suatu kesadaran internal dan sikap serta penghayatan dalam pengalaman ajaran agama dengan penuh pengertian tanpa paksaan.[10]

b. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah da'i (pelaku dakwah), *mad'u* (penerima dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), dan *Tariqah* (metode).[11] Bahwa unsur-unsur dakwah dibagi menjadi lima yaitu:

1) Da'i (Subjek dakwah)

Secara teoritik subjek dakwah atau yang lebih dikenal dengan sebutan da'i adalah orang yang menyampaikan pesan atau

[9] Ibid., h.4.
[10] K.P. Kay,*Manajemen Dakwah dari Dakwah Konvesional Menuju Dakwah Kontemporer*, Jakarta: Sinar Grafika Offiset, 2007, h. 27.
[11] Awaluddin Pimay, *Manajemen Dakwah*, Jakarta:Prenada Media, 2006, h. 21.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penyebarluasan ajaran agama kepada masyarakat umum. Sedangkan secara praktis, subjek dakwah (da'i) dapat dipahami dalam dua pengetian. Pertama, da'i adalah setiap muslim/ muslimat yang melakukan aktivitas dakwah sebagai kewajiban yang melekat dan tak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam sesuai dengan perintah "*balligu 'anni walau ayat*", menurut pengertian ini, semua muslim termasuk dalam kategori da'i, sebab ia mempunyai kewajiban menyampaikan pesan-pesan agama setidak-tidaknya kepada anak, keluarga atau pada dirinya sendiri. Jadi, pengertian da'i semacam ini lebih bersifat universal, karena semua orang Islam termasuk dalam kategori da'i.

Kedua, da'i di alamatkan kepada mereka yang memiliki keahlian tertentu dalam bidang dakwah Islam dan mempraktekkan keahlian tersebut dalam menyampaikan pesan-pesan agama dengan segenap kemampuannya baik dari segi penguasaan konsep, teori, maupun metode tertentu dalam berdakwah.

2) *Mad'u* (objek dakwah)

Objek dakwah adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah. Mereka adalah orang-orang yang telah memiliki atau setidak-tidaknya telah tersentuh oleh kebudayaan asli atau kebudayaan salain Islam. Karena itu, objek dakwah senantiasa berubah karena perubahan aspek sosial kultural, sehingga objek dakwah ini akan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

senantiasa mendapat perhatian dan tanggapan khusus bagi pelaksana dakwah.

M. Bahri Ghazali mengelompokkan *mad'u* berdasarkan tipologi dan klarifikasi masyarakat. Berdasarkan tipe, masyarakat dibagi dalam lima tipe,[12] yaitu:

a) Tipe innovator, yaitu masyarakat yang memiliki keinginan keras pada setiap fenomena sosial yang sifatnya membangun, bersifat agresif dan tergolong memiliki kemampuan antisipatif dalam setiap langkah.
b) Tipe pelopor, yaitu masyarakat yang selektif dalam menerima pembaharuan dengan pertimbangan tidak semua pembaharuan dapat membawa perubahan yang positif. Untuk menerima atau menolak ide pembaharuan, mereka mencari pelopor yang mewakili mereka dalam menggapi itu.
c) Tipe pengikut dini, yaitu masyarakat sederhana yang kadang-kadang kurang siap mengambil resiko dan umunya lemah mental. Kelompok masyarakat ini umumnya adalah kelompok kelas dua di masyarakat, mereka perlu seorang pelopor dalam mengambil tugas kemasyarakatan.
d) Tipe pengikut akhir, yaitu masyarakat yang ekstra hati-hati sehingga berdampak kepada anggota masyarakat yang skeptik terhadap sikap pembaharuan. Karena faktor kehati-hatian yang

[12] M. Bahri Ghazali, *Dakwah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1997, h. 213.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berlebih, maka setiap gerakan pembaruan memerlukan waktu dan pendekatan yang sesuai untuk bisa masuk.

e) Tipe kolot, ciri-cirinya tidak mau menerima pembaharuan sebelum mereka benar-benar terdesak oleh lingkungan.

Sedang berdasarkan klarifikasi, masyarakat dapat dihampiri dengan dua pendekatan.[13] yaitu:

a) Pendekatan kondisi sosial budaya, yang terbagi dalam masyarakat kota dan desa.
b) Pendekatan tingkat pemikiran, terbagi dalam dua kelompok, yaitu: kelompok masyarakat maju (industri), dan kelompok masyarakat terbelakang.

Berdasarkan data rumpun *mad'u* diatas, dapat di kelompok dengan lima tinjauan,[14] yaitu:

a) *Mad'u* ditinjau dari segi penerimaan dan penolakan ajaran Islam, terbagi dua yaitu muslin, dan non-muslim.
b) *Mad'u* ditinjau dari tingkat pengalaman ajaran agamanya, terbagi tiga, *dalimun linafsih* (orang fasik dan ahli maksiat), yaitu *sabiqun bi al-khairat* (orang yang saleh dan bertakwa), *muqtashid* (*mad'u* yang labil keimanannya).

[13] Ibid., h. 215.
[14] Ibid., h. 216.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) *Mad'u* ditinjau dari tingkat pengetahuan agamanya, terbagi tiga yaitu: ulama, pembelajar, dan awam.

d) *Mad'u* ditinjau dari struktur sosialnya, terbagi tiga yaitu: pemerintah, masyarakat maju, dan terbelakang.

e) *Mad'u* ditinjau dari prioeritas dakwah, dimulai dari diri sendiri, keluarga, masyarakat.

3) *Maddah* dakwah (materi dakwah)

Materi dakwah (*maddah da'wah*) adalah pesan-pesan dakwah Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan da'i kepada *mad'u* dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada didalam kitabullah maupun sunah Rasulnya. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan kepada objek dakwah adalah pesan-pesan yang berisi ajaran Islam.[15]

Keseluruhan materi dakwah, pada dasarnya bersumber pada dua sumber pokok ajaran Islam, kedua sumber ajaran Islam itu adalah:

a) Al-Qur'an

Ajaran Islam adalah agama yang menganut ajaran kitab Allah, yakni al-Qur'an. Al-Qur'an merupakan sumber petunjuk sebagai landasan Islam. Karena itu sebagai materi utama dalam berdakwah, Al Qur'an menjadi sumber utama dan pertama yang menjadi landasan untuk materi dakwah. Keseluruhan al-Qur'an adalah materi dakwah.

[15] K.P. Kayo¸*Manajemen Dakwah dari Dakwah Konvesional Menuju Dakwah Kontemporer*, Jakarta: Sinar Grafika Offiset, 2007, h. 35.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Al-Hadis

Hadis merupakan sumber kedua Islam. Hadis merupakan penjelasan-penjelasan dari Nabi Muhammad dalam merealisasi kehidupan berdasarkan Qur'an. Dengan menguasai materi hadis maka seorang da'i telah memiliki bekal dalam menyampaikan tugas dakwah.

Secara konseptual pada dasarnya materi dakwah tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai. Namun, secara global materi dakwah dapat diklarifikasikan menjadi tiga pokok yaitu:

a) Masalah keimanan (aqidah)
b) Masalah keislaman (syariat)
c) Masalah budi pakerti (akhlakul karimah)

4) *Wasilah* (media dakwah)

Wasilah atau media dakwah yatu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*. Untuk mengajarkan Islam kepada *mad'u* dakwah dapat menggunakan berbagai *wasilah*, Ya'qub membagi *wasilah* dakwah menjadi lima macam diantaranya:

a) Lisan adalah *wasilah* dakwah yang paling sederhana menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan *wasilah* ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Tulisan, buku majalah, surat kabar, surat menyurat, spanduk, flash-card.

c) Lukisan, gambar, dan karikatur.

d) Audio visual yaitu alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan seperti televisi, film, slide, OHP, internet.

e) Akhlak yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang dilakukan dari dalam mencerminkan ajaran Islam dapat dijadikan contoh dilihat, serta didengarnya oleh *mad'u*.[16]

5) *Tariqah* (Metode Dakwah)

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu *meta* (melalui) dan *hodos* (jalan, cara). Dengan demikian kita dapat artikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Sumber yang lain menyebutkan bahwa metode berasal dari bahasa Jerman *methodica*, artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Yunani *methodos* yang artinya cara atau jalan dalam bahsa arab disebut *tariq*. Metode berarti cara yang telah diatur dan melalui proses pemikiran untuk mencapai suatu maksud[17].

Sebuah materi dakwah yang akan disampaikan kepada objek dakwah membutuhkan metode yang tepat. Terdapat beberapa kerangka dasar tentang metode dakwah sebagaimana terdapat Q.S. An- Nahl (16) ayat 125:

[16] Saerozi, *Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013, h. 42.
[17] Munir Fuady, *Jaminan Fidusia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003, h. 112.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦۖ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-oang yang mendapat petunjuk."[18]

a) *Bi al-hikmah*, kata hikmah sering diartikan bijaksana adalah suatu pendekatan sedemikian rupa sehingga objek dakwah mampu melaksanakan apa yang didakwahkan atas kemauannya sendiri, tidak merasa ada paksaan, konflik maupun rasa tertekan.

b) *Mauzah al-hasanah* yaitu nasehat yang baik, berupa petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik yang dapat mengubah hati agar nasehat tersebut dapat diterima, berkenaan dihati, enak didengar, menyentuk perasaan, lurus dipikiran, menghindari sikap kasar dan tidak boleh mencari/ menyebut kesalahan audien sehingga pihak objek dakwah dengan rela hati dan atas kesadarannya dapat mengikuti ajaran yang disampaikan oleh pihak subjek dakwah bukan propaganda yang dikarenakan objek

[18] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, jilid ke 3 Jakarta: Perpustakaan Nasional RI, 2011, h. 112.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dakwah yang mempunyai tingkat kekritisan tinggi seperti ahli kitab, orientalis, filosof, dan lain sebagainya.[19]

Apabila ditinjau dari sudut pandang yang lain, metode dakwah dapat dilakukan pada berbagai metode yang lazim dilakukan dalam pelaksanaan dakwah. Metode-metode tersebut adalah sebagai berikut.

a) Metode Ceramah

Metode ceramah adalah metode yang dilakukan dengan maksud untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian, dan penjelasan tentang sesuatu kepada pendengar dengan menggunakan lisan.

b) Metode Tanya Jawab

Metode tanya jawab adalah metode yang dilakukan dengan menggunakan tanya jawab untuk mengetahui sejauh mana ingatan atau pikiran seseorang dalam memahami atau menguasai materi dakwah, disamping itu, juga merangsang perhatian penerima dakwah.

c) Metode Diskusi

Metode diskusi adalah sering dimaksudkan sebagai pertukaran pikiran antara sejumlah orang secara lisan membahas suatu masalah tertentu yang dilaksanakan dengan teratur dan bertujuan untuk memperoleh kebenaran.

[19] Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah, 2009, h. 88-100.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) Metode Propaganda

Metode propaganda adalah suatu upaya untuk menyiarkan Islam dengan cara mempengaruhi dan membujuk secara massal, persuasif, dan bersifat otoritatif (paksaan).

e) Metode Keteladanan

Dakwah dengan metode keteladanan atau demonstrasi berarti suatu cara penyajian dakwah dengan memberikan keteladanan langsung sehingga *mad'u* tertarik untuk mengikuti kepada apa yang dicontohkannya.

f) Metode Drama

Dakwah dengan menggunakan metode drama adalah suatu cara menjajakan materi dakwah dengan memperuntuhkan dan mempertontonkan kepada *mad'u* agar dakwah bisa tercapai sesuai yang ditargetkan.

g) Metode Silaturrahim

Dakwah dengan menggunakan metode silaturrahmi, yaitu dakwah yang dilakukan dengan mengadakan kunjungan kepada suatu objek tertentu dalam rangka menyampaikan isi dakwah kepada penerima dakwah.[20]

3. Pengertian Manajemen Dakwah

A. Rosyad Shaleh mengartikan manajemen dakwah sebagai proses perencanaan tugas, mengelompokkan tugas, menghimp.un dan menempatkan

[20] Ibid., h. 101-104.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tenaga-tenaga pelaksana dalam kelompok-kelompok tugas dan kemudian menggerakkan kearah pencapaian tujuan dakwah.[21]

Jika aktivitas dakwah dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip manajemen, maka "citra profesional" dalam dakwah akan terwujud pada kehidupan masyarakat. Dengan demikian, dakwah tidak dipandang dalam objek ubudiyah saja, akan tetapi diinterprestasikan dalam berbagai prioritas. Inilah organisasi dakwah. Sedangkan efektivitas dam efisiensi dalam penyelenggaraan dakwah adalah suatu hal yang harus mendapatkan prioritas. Aktivitas dakwah dikatakan berjalan secara efektif jika apa yang menjadi tujuan bernar-benar dapat dicapai, dan dalam pencapaiannya dikeluarkan pengorbanan-pengorbanan yang wajar. Atau lebih tepatnya, jika kegiatan lembaga dakwah yang dilaksanakan menurut prinsip-prinsip manajemen akan menjamin tercapainya tujuan yang telah ditetapkan oleh lembaga yang bersangkutan dan akan menumbuhkan sebuah citra (*image*) profesionalisme dikalangan masyarakat, khususnya jasa dari profesi da'i.[22]

Jadi manajemen dakwah adalah aktivitas dakwah yang dikelola oleh prinsip-prinsip manajemen dengan melaksanakan fungsi-fungsi manajemen itu sendiri yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan. Inilah yang merupakan inti dari manajemen dakwah, yaitu sebuah pengaturan secara sistematis dan koordinatif dalam kegiatan atau aktivitas dakwah yang dimulai dari sebelum pelaksanaan sampai akhir dari kegiatan dakwah.

---

[21] Abdul Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1997, h. 123.
[22] Zaini muhtarom, *Dasar-dasar Manajemen Dakwah*, Yogyakarta: PT. Al-Amin Press, 1996, h. 37.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Unsur-Unsur Manajemen

Dalam proses manajemen tidak terlepas dengan yang namanya unsur. Karena unsur merupakan suatu komponen yang terkandung didalam suatu hal atau benda, maka unsur-unsur manajemen berarti bahan atau komponen yang terkandung atau berada didalam unsur-unsur manajemen itu sendiri. Adapun unsur-unsur manajemen yaitu:

a. *Man* (manusia)

Dalam unsur manajemen manusia merupakan unsur yang paling penting untuk pencapaian sebuah tujuan yang ditentukan. Sehingga berhasil atau tidaknya manajemen tergantung dari kemampuan manusianya.

b. *Money* (Uang)

Segala bentuk aktivitas kegiatan dalam sebuah lembaga tentu membutuhkan uang untuk operasional kegiatan.

c. *Material*

Dalam melakukan kegiatan manusia membutuhkan bahan-bahan material, karena material membutuhkan unsur pendukung manajemen dalam pencapaian tujuan.

d. *Machine* (Mesin)

Mesin mempunyai peranan sangat penting agar proses produksi dan pekerjaan berjalan efektif dan efesien.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. *Method*

Untuk melaksanakan pekerjaan perusahaan perlu membuat alternatif-alternatif agar produk bisa berdaya guna dan menawarkan bebagai metode baru untuk lebih cepat dan baik dalam menghasilkan barang dan jasa.

f. *Market* (Pasar)

Pasar mempunyai peranan penting dalam mencapai tujuan terakhir. Pasar menghendaki seorang manajer untuk mencapai orientasi ke depannya.[23]

5. Ruang Lingkup Manajemen Dakwah

Kegiatan manajemen dakwah berlangsung pada tatanan kegiatan dakwah, dimana setiap aktivitas dakwah khususnya dalam skala organisasi atau lembaga untuk mencapai suatu tujuan dibutuhkan sebuah pengaturan atau manajerial yang baik. Ruang lingkup kegiatan dakwah dalam tatanan manajemen merupakan sarana atau alat pembantu pada aktivitas dakwah itu sendiri. Karena dalam setiap aktivitas dalwah itu akan timbul masalah atau problem yang sangat kompleks, yang dalam menangani serta mengantisipasinya diperlukan sebuah strategi yang sistermatis. Dalam konteks ini, maka ilmu manajemen sangat berpengaruh dalam pengelolaan sebuah lembaga atau organisasi dakwah sampai pada tujuan yang diinginkan.[24]

---

[23] H. Siagan, *Manajemen Suatu Pengantar*, Bandung: Alumni, 1997, h. 76-77.
[24] Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Prenada Media, 2006, h. 79.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan ruang lingkup dakwah akan berputar pada kegiatan dakwah, dimana dalam aktivitas tersebut diperlukan seperangkat pendukung dalam mencapai kesuksesan. Adapun hal-hal yang mempengaruhi aktvitas dakwah Islam antara lain meliputi:

a. Keberadaan seseorang da'i, baik yang terjun secara langsung maupun tidak langsung, dalam pengertian eksistensi da'i yang bergerak dibidang dakwah itu sendiri. Hal ini bisa kita lihat dari karakteristik dan kemampuannya baik secara jasmani maupun rohani.
b. Materi merupakan isi yang akan disampaikan kepada *mad'u*, pada tatanan ini materi harus bisa memenuhi atau yang dibutuhkan oleh *mad'u*, sehingga akan mencapai sasaran dakwah itu sendiri.
c. *Mad'u*, kegiatan dakwah harus jelas sasarannya, dalam artian ada objek yang akan didakwahkan.

Apabila ketiga komponen tersebut diolah dengan menggunakan ilmu manajemen yang Islami, maka aktivitas dakwah akan berlangsung secara lancar dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Sebab bagaimanapun juga sebuah aktivitas itu sangat memerlukan sebuah pengelolaan yang tepat bila ingin dapat berjalan secara sempurna. Aktivitas dakwah membutuhkan sebuah pemikiran yang kreatif dan inovatif sesuai dengan perkembangan *mad'u*, dan manajemen akan berperan sebagai pengolah atau distributor

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam pemikiran-pemikiran tersebut, sehingga akan dapat menampilkan dakwah Islam yang menarik dan elegan, tidak menoton dan membosankan.[25]

6. Fungsi Manajemen Dakwah

Fungsi manajemen adalah rangkaian kegiatan yang telah ditetapkan dan memiliki hubungan saling ketergantungan antara satu dengan yang lainnya oleh orang-orang dalam organisasi atau bagian-bagian yang diberi tugas untuk melaksanakan kegiatan. Secara umum, manajemen dakwah memiliki empat fungsi, yaitu:

a. *Planning* (Perencanaan)

Segala aktivitas diharuskan adanya *planning* (perencanaan). Rencana adalah suatu arah tindakan yang sudah ditentukan terlebih dahulu. Dari perencanaan ini mengungkap tujuan-tujuan keorganisasian dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan guna mencapai tujuan. Dalam kaitannya dengan pengelolaan dakwah, bila perencaan dilaksanakan dengan matang, maka kegiatan dakwah yang dilaksanakan akan berjalan secara terarah, teratur, rapi serta memungkinkan dipilihnya tindakan-tindakan yang tepat sesuai dengan situasi dan kondisi. Dengan perencanaan yang didahului oleh penelitian, lebih memungkinkan persiapan yang lebih matang, baik menyangkut tenaga sumber daya manusia (SDM), fasilitas yang diperlukan, biaya yang dibutuhkan, metode akan diterapkan dan lain-lainnya.

[25] Ibid., h. 80.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tanpa perencanaan yang matang, biasanya aktivitas tidak berjalan dengan baik, tidak jelas kemana arah dan target yang akan dicapai dari kegiatan itu serta sulitnya melibatkan orang yang lebih banyak. Keharusan melakukan perencanaan bisa kita pahami dari firman Allah yang QS: Al- Hashr ayat 18:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ ٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ وَلْتَنظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرٌۢ بِمَا تَعْمَلُونَ

"Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Dan bertaqwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan"[26]

Oleh karena itu dalam aktivitas dakwah, perencanaan dakwah bertugas menentukan langkah dan progam dalam menentukan setiap sasaran, menentukan sarana-prasarana atau media dakwah, serta personal da'i yang akan diterjunkan. Menentukan materi yang cocok untuk sempurnanya pelaksanaan, membuat asumsi berbagai kemungkinan yang dapat terjadi yang kadang-kadang dapat mempengaruhi cara pelaksanaan progam dan cara menghadapi serta menentukan alternatif-alternatif, yang merupakan tugas utama dari sebuah perencanaan. Sebuah perencanaan dikatakan baik jika memenuhi persyaratan sebagai berikut.[27]

[26] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, jilid ke 2 Jakarta: Perpustakaan Nasional RI, 2011, h. 78.
[27] Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Prenada Media, 2006, h. 98-99.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Didasarkan pada sebuah kayakinan bahwa apa yang dilakukan adalah baik. Standar baik dalam Islam adalah yang sesuai dengan ajaran Al- Qur'an dan As-Sunah.
2) Dipastikan betul bahwa sesuatu yang dilakukan memiliki manfaat. Manfaat ini bukan sekedar untuk orang yang melakukan perencanaan, tetapi juga untuk orang lain, maka perlu memperhatikan asas maslahat untuk umat, terlebih dalam aktivitas dakwah.
3) Didasarkan pada ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan apa yang dilakukan. Untuk merencanakan sebuah kegiatan dakwah, maka seorang da'i harus banyak mendengar, membaca, dan memiliki ilmu pengetahuan yang luas sehingga dapat melakukan aktivitas dakwah berdasarkan kompetensi ilmunya.
4) Dilakukan studi banding, yaitu melakukan studi terhadap praktik terbaik dari lembaga atau kegaitan dakwah yang sukses menjalankan aktivitasnya.
5) Dipikirkan dan dianalisis prosesnya, dan kelanjutan dari aktivitas yang akan dilaksanakan.

Sementara itu Rosyad Saleh dalam bukunya *Manajemen Dakwah Islam* menyatakan bahwa perencanaan dakwah adalah proses pemikiran dan pengambilan keputuan yang matang dan sistematis, mengenai tindakan-tindakan yang akan dilakukan pada masa yang akan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

datang dalam rangka menyelenggarakan dakwah. Menurutnya terdapat beberapa langkah dalam proses perencaan, yakni sebagai berikut:

1) Perkiraan dan perhitungan masa depan.
2) Penentuan dan perumusan sasaran dalam rangka pencapaian tujuan dakwah yang telah ditetapkan sebelumnya.
3) Penentuan tindakan-tindakan dakwah dan prioritas pelaksanaan.
4) Penentuan metode dakwah.
5) Penentuan dan penjadwalan waktu.
6) Penetapan lokasi dakwah.
7) Penetapan biaya, fasilitas dan faktor-faktor lain yang diberlakukan bagi penyelenggara dakwah.

Kalau merujuk pada ilmu manajemen, maka macam-macam rencana dalam organisasi diukur menurut luasnya strategi (lawan operasional) kekhususan pengarahan lawan khusus, dan frekuensi penggunaan. Jenis-jenis perencanaan dakwah meliputi:

1) Rencana Strategis VS Rencana Operasional

Rencana strategis merupakan rencana yang berlaku bagi seluruh organisasi, yaitu menentukan sasaran umum organisasi dan berusaha menempatkan organisasi tersebut ke dalam lingkungannya. Sedangkan rencana operasional adalah rencana yang menempatkan rincian tentang cara mencapai keseluruhan tujuan organisasi. Letak perbedaan kedua rencana tersebut terletak pada kerangka waktu,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jangkauan, dan mencantumkan rangkaian sasaran organisasi yang telah ditentukan.

Posisi dakwah dalam rencana ini adalah mencakup sudut pandang yang lebih luas karena mencakup segala aspek kehidupan. Pada akhirnya, rencana strategis mencakup perumusan sasaran, sementara rencana operasional mengasumsi adanya sasaran. Jadi rencana operasional merumuskan cara-cara untuk mencapai sasaran tersebut.

2) Rencana Jangka Pendek VS Pangka Panjang

Rencana jangka pendek adalah rencana dengan asumsi kerangka waktu paling tidak selama satu tahun. Sedangkan rencana jangka panjang adalah rencana dengan kerangka batas waktu tiga tahun ke atas. Untuk jangka menengah adalah waktu diantara keduanya.

Dalam progam organisasi dakwah klarifikasi waktu ini bisa berlangsung sangat fleksibel, disesuaikan dengan kebutuhan umat atau kondisi yang berlaku. Dalam hal ini sebuah organisasi dapat merencakan batas waktu berapa saya yang diinginkan untuk tujuan-tujuan perencanaan.

3) Rencana yang Mengarahkan (*Directional*) VS Rencana Khusus

Rencana khusus adalah sebuah rencana yang telah dirumuskan dengan jelas serta tidak menyediakan ruang bagi interprestasi. Dalam rencana khusus ini ada beberapa hal yang perlu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diperhatikan karena terdapat beberapa kekurangan yaitu dalam rencana khusus ini dibutuhkan kemampuan memprediksi tentang segala hal. Oleh karenanya, sebuah manajemen harus fleksibel dalam menanggapi perubahan-perubahan yang sifatnya tak terduga.

Sedangkan pada rencana *directional* lebih menekankan pengidentifikasian garis-garis pedoman umum. Rencana-rencana itu memberikan fokus, tetapi tidak mengunci para manajer ke dalam sasaran khusus atau berupa rangkaian tindakan. Jadi, rencana *directoral* adalah rencana yang fleksibel yang menetapkan pada pedoman umum. Namun perlu diingat sisi negatif dari rencana *directional* adalah hilangnya kejelasan pada rencana khusus.

4) Rencana Sekali Pakai

Rencana sekali pakai adalah rencana yang digunakan sekali saja yang secara khusus dirancang untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan situasi khusus dan diciptakan sebagai respon terhadap keputussan-keputusan yang tidak terprogam yang diambil oleh para manajer. Kebalikan rencana ini adalah rencana tetap, yaitu rencana-rencana yang tetap ada memberikan bimbingan bagi kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara berulang-ulang dalam organisasi.[28]

b. *Organizing* (Perorganisasian)

Perorganisasian adalah seluruh proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas-tugas, tanggung jawab, dan wewenang sedemikian

[28] Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Prenada Media, 2006, h. 111-112.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rupa sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai suatu kesatuan dalam rangka mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan.[29] Diatas sudah disinggung bahwa tugas-tugas dakwah yang demikian banyak tidak mungkin bila dilaksanakan oleh seorang diri atau hanya beberapa orang saja, karena itu diperlukan pembagian tugas yang jelas yang dalam istilah ilmu manajemennya disebut pendelegasian wewenang dan menetapkan serta menyusun jalinan hubungan kerja. Perorganisasian ini punya arti penting guna menghindari terjadinya penumpukan kerja, tumpang tindih dan kefakuman personal dalam menjalankan aktivitas.

Pada proses perorganisasian ini akan menghasilkan sebuah rumusan struktur organisasi dan pendelegasian wewenang dan tanggungjawab. Jadi, yang ditonjolkan adalah wewenang yang mengikuti tanggungjawab, bukan tanggungjawab yang mengikuti wewenang. Islam sendiri sangat memperhatikan dalam memandang tanggungjawab dan wewenang sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW yang mengajak para sahabat untuk berpartisipasi melalui pendekatan empati yang sangat persuasif dan musyawarah. Sebagaimana yang terkandung dalam surat Ali Imron: 159.

إِنَّ مَثَلَ عِيسَىٰ عِندَ ٱللَّهِ كَمَثَلِ ءَادَمَ ۖ خَلَقَهُۥ مِن تُرَابٍ
ثُمَّ قَالَ لَهُۥ كُن فَيَكُونُ

[29] Ibid., h. 117.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Maka disebabkan rahmad dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkan mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertaqwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya."[30]

Dalam kaitan ini perlu diperhatikan apa yang disebut prinsip-prinsip manajemen, antara lain:

1) Pembagian kerja, dengan memberi tugas pada seseorang, sesuai dengan keahliannya, pengalaman, kondisi fisik, mental, ahklaknya.
2) Pemberian wewenang dan tanggungjawab kepada orang bisa memberikan tanggungjawab sesuai wewenang yang bisa diberikan kepadanya.
3) Kesatuan komando (perintah), yang datangnya dari satu sumber yaitu pimpinan agar seseorang tahu dan jelas kepada siapa dia bertanggungjawab.
4) Tertib dan disiapkan, ini merupakan salah satu kunci utama bagi berhasilnya tujuan yang hendak dicapai. Dalam kaitan ini seorang pemimpin juga harus mampu memberikan contoh kedisiplinan kepada bawahannya, misalnya dia telah menetapkan waktu untuk rapat maka seseorang pemimpin harus datang tempat pada waktunya,

[30] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, jilid ke 2 Jakarta: Perpustakaan Nasional RI, 2011, h. 230.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bila seorang pemimpin tidak disiplin, maka bawahannya juga akan mengikuti sikap yang demikian.

5) Memiliki semangat kesatuan, sehingga dengan semangat kesatuan itu akan bekerja dengan senang hati, saling membantu sehingga dapat terjalin kerja sama yang baik, dengan ini pula maka setiap personil memiliki inisiatif untuk memajukan dakwah.
6) Keadilan dan kejujuran. Seorang pemimpin harus berlaku adil pada bawahannya dan seorang bawahan harus jujur, jangan sampai dia tidak melaksanakan tugas karena alasan-alasan yang tidak rasional, begitupun seorang pemimpin pada bawahannya.
7) Koordinasi (menghimpun dan mengarahkan kegiatan, sarana dan alat organisasi), integritas (menyatukan kegiatan berbagai unit) dan sinkronisasi (menyesuaikan berbagai kegiatan dari unit-unit guna keserasian dan keharmonisan).

Bisa prinsip diatas tidak dijalankan, maka akan terjadi *mismanajemen* yang diantaranya disebabkan karena belum ada struktur organisasi yang baik, belum adanya keseragaman metode kerja yang baik dan belum adanya kesesuaian antara pemimpin dengan bawaan.[31]

c. Actuating (Penggerakan)

Penggerakan adalah seluruh proses pemberian motivasi kerja kepada pada bawahan sedemikian rupa, sehingga mereka mampu

[31] Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Prenada Media, 2006, h. 135.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bekerja dengan ihklas demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis. Penggerakan dakwah merupakan inti dari manajemen dilaksanakan. Fungsi ini merupakan penentu manajemen lembaga dakwah. Keberhasilan fungsi ini sangat ditentukan oleh kemampuan pimpinan lembaga dakwah dalam menggerakkan dakwahnya.

Adapun langkah-langkahnya adalah memberikan motivasi, membimbing, mengkoordinir, dan menjalin pengertian diantara mereka, serta selalu meningkatkan kemampuan dan keahlian mereka.

Agar fungsi dari penggerakan dakwah ini dapat berjalan secara optimal, maka harus menggunakan teknik-teknik tertentu yang meliputi:

1) Memberikan penjelasan secara komprehensif kepada seluruh elemen dakwah yang ada dalam organisasi dakwah.
2) Usahakan agar setiap pelaku dakwah menyadari, memahami, dan menerima baik tujuan yang telah diterapkan.
3) Setiap pelaku dakwah mengerti struktur organisasi yang dibentuk.
4) Memperlakukan secara baik bawahan dan memberikan penghargaan yang diiringi dengan bimbingan dan pentujuk untuk semua anggotanya.

Untuk itu peranan pemimpin dakwah akan sangat menentukan warna dari kegiatan-kegiatan tersebut. Karena pemimpin dakwah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

harus mampu memberikan sebuah motivasi, bimbingan, koordinasi serta menciptakan sebuah iklim yang membentuk sebuah kepercayaan diri yang pada akhirnya dapat mengoptimalkan semua anggotanya.[32]

Dari semua potensi dan kemampuan ini, maka kegiatan-kegiatan dakwah akan terlaksana sampai kepada sasaran yang telah ditetapkan. Ada beberapa langkah-langkah dari proses penggerakan dakwah yang menjadi kunci dari kegiatan dakwah, yaitu:

1) Pemberian Motivasi

Pemberian motivasi merupakan salah satu aktivitas yang harus dilakukan oleh pimpinan dakwah dalam menggerakkan dakwah. Motivasi dikatakan penting karena berkaitan dengan peran pemimpin yang berhubungan dengan bawahannya. Setiap pemimpin harus bekerja sama melalui orang lain atau bawahannya, untuk itu diperlukan kemampuan memberikan motivasi kepada bawahannya.

2) Bimbingan

Bimbingan merupakan tindakan pimpinan yang dapat menjamin terlaksanannya tugas-tugas dakwah yang sesuai dengan rencana, kebijaksanaan, dan ketentuan-ketentuan, agar apa yang menjadi tujuan dan sasaran dakwah dapat dicapai dengan sebaik-baiknya. Bimbingan ini bisa berbentuk sebuah

[32] Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Prenada Media, 2006, h. 139-140.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

nasehat, dorongan, serta perhatian dengan mengikutsertakan kedalam progam pelatihan-pelatihan yang relevan serta pengembangan yang relevan atau dalam bentuk memberikan sebuah pengalaman yang akan membantu tugas selanjutnya.

3) Menjalin Hubungan

Untuk menjalin hubungan terwujudnya harmonisasi dan sinkronisasi usaha-usaha dakwah diperlukan adanya perjalinan hubungan, semua tim yang tergabung antara pemimpin dan pelaksana dakwah dapat bekerja dengan efektif karena sebelumnya mereka sudah membentuk kerangka usaha demi tergabung antara pemimpin dan pelaksana dakwah dapat bekerja dengan efektif karena sebelumnya mereka sudah membentuk kerangka usaha demi terwujudnya tujuan dan menyepakati satu sama lain.

4) Penyelenggaraan Komunikasi

Dalam proses kelancaran dakwah komunikasi sangat dibutuhkan antara pemimpin dengan pelaksana dakwah agar saling berinteraksi ketika melaksanakan tugasnya. Komunikasi menghasilkan hubungan dan pengertian yang lebih baik antara atasan dan bawahan, mitra, orang-orang di luar di dalam organisasi.[33]

[33] Agus Saputra dkk. *Membangun Aplikasi E-Liberary*, Jawa Barat: Cv. ASFA Solution, 2012, h. 303-304.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. *Controlling* (Pengawasan)

Pengawasan (*controlling*) adalah suatu proses pengamatan terhadap pelaksanaan seluruh kegiatan dalam organisasi untuk menjamin agar semua kegiatan yang dilaksanakan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Penggunaan prosedur pengawasan dapat dimaksudkan sebagai sebuah kegiatan mengukur penyimpanan dari prestasi yang direncanakan dan menggerakkan tindakan korektif. Dengan fungsi ini, seorang pemimpin bisa melakukan tindakan-tindakan antara lain: Pertama, mencegah penyimpangan dalam pengurus dalam berdakwah. Kedua, menghentikan kekeliruan yang penyimpangan yang berlangsung, dan ketiga mengusahakan pendekatan dan penyempurnaan.[34]

Langkah-langkah yang harus ditempuh dalam progam pengawasan antara lain:

1) Menetapkan standar.
2) Mengadakan pemeriksaan serta penelitian pada pelaksanaan tugas yang telah ditetapkan.
3) Membandingkan antara pelaksana tugas dan standar.
4) Mengadakan tindakan-tindakan perbaikan.
5) Mengevaluasi progam perbaikan tersebut.
6) Melakukan tindakan koreksi terhadap pelaksanaan kegaiatan.

Fungsi manajemen pengawasan mempunyai arti luas bersifat menyeluruh, yang didalamnya terdapat kegiatan pengawasan,

[34] Awaludin Pimay, *Paradigma Dakwah Humanis*, Semarang: Raisal, 2005, h. 12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemeriksaan, dan penilaian terhadap semua kegiatan dalam organisasi. Oleh karena itu, maka perlu adanya prinsip-prinsip pengawasan yang dapat dipatuhi dan dijalankan dalam melaksanakan pengawasan tersebut. Adapun prinsip-prinsip pengawasan antara lain sebagai berikut:

1) Objektif dan Menghasilkan Fakta

   Pengawasan harus bersifat objektif dan harus dapat menemukan fakta-fakta tentang pelaksanaanya pekerjaan dan berbagai faktor yang mempengaruhinya.

2) Berpangkal Tolak dari Keputusan Pimpinan

   Untuk dapat mengetahui dan menilai ada tidaknya kesalahan-kesalahan dan penyimpangan, pengawasan harus bertolak pangkal dari keputusan pemimpin, yang tercermin dalam:

   a) Tujuan yang ditetapkan.
   b) Rencana kerja yang telah ditetapkan.
   c) Kebijakan dan progam kerja yang telah digariskan.
   d) Perintah yang telah diberikan.
   e) Peraturan-peraturan yang telah ditetapkan.

3) Preventif

   Pengawasan pada dasarnya adalah untuk menjamin tercapainya tujuan yang telah ditetapkan, yang harus efisien dan efektif, maka pengawasan harus bersifat mencegah jangan sampai terjadi kesalahan-kesalahan, berkembangnya dan terulangnya kesalahan-kesalahan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Bukan Tujuan Tapi Sarana

Pengawasan hendaknya tidak dijadikan tujuan, tetapi sarana untuk menjamin dan meningkatkan efisiensi dan efektivitas pencapaian tujuan organisasi.

5) Efisiensi

Pengawasan harus dilakukan secara efisien, bukan justru menghambat efisiensi pelaksanaan pekerjaan.

6) Apa Yang Salah

Pengawasan jangan sampai mencari siapa yang salah, akan tetapi apa yang salah, bagaimana timbulnya dan sifat kesalahan itu.

7) Membimbing dan Mendidik

Manajemen merupakan pengembangan manusia bukan benda. Sebagai salah satu fungsi manajemen, maka pengawasan harus pula mengembangkan faktor manusia. Oleh karena itu, pengawasan harus bersifat membimbing dan mendidik agar pelaksaan atau pegawai meningkatkan kemampuan dan dedikasinya untuk melakukan tugas-tugas yang telah ditetapkan.[35]

Prinsip-prinsip pengawasan dakwah diatas menuntut suatu kepemimpinan yang bervisi, jujur, dan penuh tanggungjawab sehingga aturan-aturan manajemen yang sudah sangat pandai merumuskan tujuan dan target-target, tetapi lemah didalam implementasinya. Penilaian ini harus ditepis dengan meningkatkan kemampuan-

[35] Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Prenada Media, 2006, h. 139-140.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemampuan manajerial dan kemampuan-kemampuan lain yang diperlukan untuk itu.[36]

B. Santri

1. Pengertian Santri

Santri adalah sekelompok orang yang tidak bisa dipisahkan kehidupan ‘ulama. Santri adalah siswa atau mahasiswa yang dididik dan menjadi pengikut dan pelanjut perjuangan ulama yang setia. Pondok pesantren didirikan dalam rangka pembagian tugas mu’minin untuk iqomatuddin, sebagaimana yang disebutkan dalam Al-Qur’an surat at-Taubah ayat 122

وَمَا كَانَ ٱلْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا۟ كَآفَّةً ۚ فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَآئِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا۟ فِى ٱلدِّينِ وَلِيُنذِرُوا۟ قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوٓا۟ إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ

“Tidak sepatutnya bagi mukminin itu pergi semunya (ke medan perang). Mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan diantara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepada-Nya, supaya mereka tu dapat menjaga dirinya.[37]

Bagian pertama ayat ini menjelakan keharusan adanya pembagian tufa mu’minin untuk *iqomatuddin*. Bagian kedua yaitu kewajiban adanya *safar*, *tho’ifah*, kelompok, lembaga atau jama’ah yang mengkhususkan diri untuk menggali *ilmuddin* supaya *mufaqqih fiddin*. Bagian ketiga mewajibkan

[36] Awaludin Pimay, *Paradigma Dakwah Humanis*, Semarang: Raisal, 2005, h. 12.
[37] Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, jilid ke 2 Jakarta: Perpustakaan Nasional RI, h. 201.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepada insan yang *tafaqquh fienddin* untuk menyebarluaskan *ilmuddin* dan berjuang untuk *iqomatuddin* dan membangun masyarakat masing-masing. Dengan demikian, *sibghah*/ predikat santri adalah julukan kehormatan, karena seseorang bisa mendapat gelar santri bukan semata-mata karena sebagai pelajar/ mahasiswa, tetapi karena ia memiliki ahklak yang berlainan dengan orang awam yang ada disekitarnya. Buktinya adalah ketika ia keluar dari pesantren, gelar yang ia bawa adalah santri dan santri itu memiliki akhlak dan kepribadian tersendiri.[38]

Membentuk perilaku santri, perilaku merupakan seperangkat perbuatan/ tindakan seseorang dalam melakukan respon terhadap sesuatu dan kemudian dijadikan kebiasaan karena adanya nilai yang diyakini. Perlaku manusia pada dasarnya terdiri dari komponen pengetahuan (*kognitif*), sikap (*afektif*), dan keterampilan (*psikomotor*) atau tindakan. Dalam konteks ini maka setiap perbuatan seseorang dalam merespon sesuatu pastilah terkonseptualisasikan dari ketiga ranah diatas. Perbuatan seseorang atau respon seseorang terhadap rangsangan yang datang, didasari oleh seberapa jauh pengetahuannya terhadap rangsangan tersebut, bagaimana perasaan dan penerimaannya berupa sikap terhadap objek rangsangan tersebut, dan seberapa besar ketrampilannya dalam melaksanakan atau melakukan perbuatan yang diharapkan.

[38] Abdul Qadil Jailani, *Peran Ulama dan Santri*, Surabaya: Bima Ilmu, 1994. H. 7-8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Tradisi Santri

Kebanyakan tulisan mengenai "santri" adalah menganggap bahwa termasuk salah satu unsur yang harus ada dalam komponen pesantren, yaitu pesantren harus terdiri dari kyai, santri, masjid atau mushala (infrastruktur) dan aktivitas mengaji. Hal ini menggambarkan pentingnya keberadaan santri dalam sejarah pendidikan tertua di Indonesia ini.

Santri adalah para siswa yang mendalami ilmu-ilmu agama di pesantren baik dia tinggal di pondok maupun pulang setelah selesai waktu belajar. Zamakhsyari Dhofir membagi menjadi 2 kelompok sesuai dengan tradisi pesantren yang diamatinya, yaitu:

a. Santri mukim, yakni para santri yang menetap di pondok, biasanya diberikan tanggungjawab mengurusi kepentingan pondok pesantren. Bertambahnya lama tinggal di pondok, statusnya akan bertambah, yang biasanya diberi tugas oleh kyai mengajarkan kitab-kitab dasar kepada santri-santri yang lebih junior.
b. Santri kalong, yakni santri yang selalu pulang setelah selesai belajar atau kalau malam hari ia berada di pondok dan kalau siang pulang ke rumah.[39]

Pesatren sebagai tempat para santri menuntut ilmu agama islam. Cara pembelajaran di pesantren yang bagus untuk kehidupan santri setelah lulus atau yang masih mondok. Motode yang digunakannya antara lain: Metode keteladanan, metode latihan dan pembiasan, metode melalui *ibrah* (mengambil pelajaran), mendidik melalui maw'dah (nasehat), mendidik

[39] Harun Nasution, *Ensiklopedia Islam*, Jakarta: Depag RI, 1993, h. 1036.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melalui kedisiplinan, mendidik melalui *targhib wa tahzib* (harapan melakukan kebaikan dan menjauhi kejahatan dan dosa), dan mendidik melalui kemandirian. Terkait santri sudah mendapat pelajaran diatas, maka mereka telah memiliki khazanah keilmuan Islam. Hal ini karena menjadi kebiasan dan aturan di pondok sehingga sudah mendarah daging santri.

3. Santri Sebagai *Digital Native*

Digital native merupakan generasi yang tumbuh dan dibesarkan terutama oleh media sosial dan internet. Mereka merupakan generasi yang dapat dipahami lewat tontonan dan suara budaya media, tumbuh dan bergaul dengan layar kaca, yang sekaligus dijadikan penenang, pengasuh, serta pendidik mereka oleh generasi tua yang menganggap bahwa media, terutama *handphone* sebagai latar belakang dan bagian penting kehidupan sehari-hari. *Digital native* merupakan generasi yang tumbuh dengan setting perkembangan teknologi informasi, terutama handphone dan intenet yang akan dapat membawa generasi muda melalang buana.

Sebutan lain dari *digital native* adalah generasi sekarang (*now generation*), penyebutan ini dihasilkan setelah terlaksananya konferensi *wireless enterprice symposium* ke 9 yang berlangsung di Orlando. Mereka berselancar di dunia maya dengan intemet, melainkan mereka juga menyuarakan sekarang *I want it, l want it now*.[40]

Digital native adalah generasi yang dilahirkan antara 1977-1997. Generasi ini disebut *net generation*, *gen y*, atau *milenials* karena mereka

[40] Rahma Sugiharti, *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2014, h. 49.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tumbuh di tengah perkembangan dan kecanggihan teknologi internet. Boleh dikatakan tidak ada permainan dan kreatifitas yang lebih mengasikkan bagi *net generation*, kecuali duduk didepan laptop atau komputer, dan kemudian melakukan *chatting, game*, atau berselancar mencari berbagai informasi yang diinginkan, tanpa ada sedikitpun tembok penghalang yang mengganggu perkembangan liar pikiran dan rasa ingin tahu mereka.[41]

C. MEDIA SOSIAL ERA MILENIAL

1. Pengertian Media Sosial Era Milenial

Media sosial adalah aplikasi berbasis internet (media online) yang penggunya bisa membuat *web page* pribadi, kemudian dapat saling terhubung berbagai informasi dan berkomunikasi. Blog dan jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia. Media sosial mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Media sosial memiliki ciri-ciri antara lain: pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja, namun bisa untuk banyak orang; pesan yang sampaikan bebas, tanpa harus melalui *gate keeper*; pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibandingkan media yang lainnya. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.[42]

Perkembangan media sosial kini semakin pesat. Hampir setiap orang memiliki akun media sosial. Hal ini karena dapat diakses kapanpun dan dimanapun tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Cukup menggunakan

[41] Ibid., h. 30.
[42] Ardianto Elvirano, *Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2004, h. 126.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mobilephone yang dikoneksikan pada jaringan internet.[43] Jika untuk memiliki media trasidional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa bantuan yang lain. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model *content* lainnya.

Berbicara mengenai media sosial tidak terlepas dari kelebihannya dalam memfasilitasi membagi ide, bekerja sama, dan membangun komunitas. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tidak terkecualikan keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan *personal branding*.[44]

Media sosial adalah sarana yang dibuat untuk memudahkan interaksi sosial dan komunikasi dua arah. Dengan semua kemudahan yang diberikan oleh media sosial ini, penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain menjadi sangat mudah.[45] Dengan demikian, media sosial adalah media online yang penggunanya dapat saling berpartisipasi melalui blog, jejaring sosial,

---

[43] Thea Rahmanu, *Penggunaan Media Sosial Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotogtafi Ponsel*, Universita Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016, h. 22.

[44] https://millionrush.wordpress.com/2013/09/14/mcluhan-bilang-medium-is-the-message/

[45] Cindy Rizal Putri Paramitha, *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*, Tesis, Fak. Ekonomi UNDIP, Semarang, 2011, h. 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

forum dan dunia virtual. Blog dan jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial digunakan untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Media sosial terbagi dalam beberapa jenis, yaitu: *social networks* (jejaring sosial), media sosial untuk bersosialisasi dan berinteraksi seperti facebook: *discuss* media, media sosial yang memfasilitasi obrolan: *share*, media sosial yang menfasilitasi untuk saling berbagi file, video, musik, dll. *Publish*, seperti blog: *social game*, MMO, *virtual word*, *livecast*, *livestream*, dan *micro blog*.[46]

Media sosial memungkinkan seseorang berkomunikasi satu sama lain dimanapun dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang atau pun malam. Saat ini media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan di zaman modern. Seseorang yang asalnya "kecil" bisa seketika menjadi besar dengan media sosial, begitupun sebaliknya orang "besar" dalam sedetik bisa menjadi "kecil" dengan media sosial.

Gagasan McLuhan yang mengatakan bahwa "*The medium is the message*", merupakan terbukanya pintu dalam perkembangan teknologi termasuk di dalamnya adalah media sosial. Media sosial menjadi bagian dari perkembangan itu. Media dipandang sebagai perluasan dari alat indra manusia, *mobilephone* merupakan perpanjangan telinga dan perpanjangan

[46] Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementrian Perdagangan RI*, Jakarta: Pusat Kementrian Perdagangan RI, 2014, h. 14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mata. Maka, dengan menggunakan media sosial manusia seperti saling berkomunikasi secara langsung.

Perkembangan media sosial saat ini tidak luput dari kecanggihan *mobilephone*. Bahkan, *mobilephone* berupa *smartphone* menjadi kebutuhan pokok dalam berinteraksi satu sama lainnya, baik untuk urusan pekerjaan, berdiskusi, dan sebagainya. Untuk mengaksesnya meski dengan jaringan internet yang koneksinya lambat.[47]

2. Karakter Media sosial

Media sosial memiliki beberapa karakter yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media lainnya. Ada batasan maupun ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial. Berikut beberapa karakteristik media sosial yaitu:[48]

a. Jaringan

Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya sehingga kehadiran media sosial memberikan media bagi pengguna untuk terhubung secara *mekanisme* teknologi.

b. Informasi

Informasi menjadi hal penting dari media sosial karena dalam media sosial terdapat aktifitas memproduksi konten hingga interaksi yang berdasarkan informasi.

---

[47] Thea Rahmanu, *Penggunaan Sosial Media Sebagai Penguasaan Dasar-Dasar Fotogtafi Ponsel*, Universita Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016, h. 35.

[48] Rulli Nasrullah, *Sosial Media Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*, Bandung: Simniosa Rekatama Media, 2014, h. 61.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Arsip

Bagi pengguna media sosial arsip merupakan sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

d. Interaksi

Karakter dari media sosial adalah terbentunya jaringan antar pengguna. Fungsinya tidak sekedar memperluas hubungan pertemuan maupun memperbanyak pengikut di intenet. Bentuk sederhana yang terjadi di media sosial dapat berupa memberi komentar dan lain sebagainya.

e. Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai media berlangsungnya masyarakat di dunia virtual (maya). Ibarat sebuah negara, media sosial juga memiliki aturan dan etika bagi penggunanya. Interaksi yang terjadi di media sosial mampu menggambarkan realitas yang terjadi akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi yang terkadang berbeda sama sekali.

f. Konten oleh Pengguna

Karakter ini menunjukkan bahwa konten dalam media sosial sepenuhnya milik dan juga berdasarkan pengguna maupun pemilik akun. Konten oleh pengguna ini menandakan bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten mereka sendiri melainkan juga mengkonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. Penyeberan

Penyebaran adalah karakter lain dari media sosial, tidak hanya menghasilkan dan mengkomsumsi konten tetapi juga aktif menyebarkan mengambangkan konten oleh penggunanya.

3. Fungsi Media sosial

Media sosial adalah salah satu contoh dari sebuah media berbasis *online* dengan memiliki banyak pengguna yang tersebar hingga ke seluruh penjuru dunia. Media sosial umumnya dimanfaatkan untuk saling berbagi dari berpartisipasi. Tak jarang, media sosial juga digunakan sebagai sarana untuk melakukan interkasi sosial. Hal ini dikarenakan kemudahan dalam mengakses media sosial yang dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun. Selain pernyataan diatas, berikut adalah beberapa fungsi media sosial lainnya:[49]

a. Mancari Berita, Informasi dan Pengetahuan

Media sosial berisi jutaan berita, informasi dan juga pengetahuan hingga kabar terkini yang malah penyebaran hal-hal tersebut lebih cepat sampau kepada khalayak melalui media sosial dari pada media lainnya seperti televisi.

b. Mendapatkan Hiburan

Kondisi seseorang atau perasaan seseorang tidak selamanya dalam keadaan yang baik, yang ceria, yang tanpa ada masalah, setiap orang tentu merasakan sedih, stress, hingga kejenuhan terhadap suatu hal. Salah satu hal yang bisa dilakukan untuk megurangi segala perasaan yang bersifat

[49] Tenia Wahyuni ningrum dan Dwi Januarita, *Implementasi Pengjuan* Web E-*commerce untuk Produk Unggulan Desa*, Jurnal Komputer Terapan, Vol.1 No.2, h. 57-66, https://jurnal.per.ac.id/index.php/jkt/article/download/11/11

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

negatif tersebut adalah dengan mencari hiburan dengan bermain media sosial.

c. Komunikasi *Online*

Mudahnya mengakses media sosial dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk bisa melakukan komunikasi secara *online*, seperti *chatting*, membagikan status, memberitahukan kabar hingga menyebarkan undangan. Bahkan bagi pengguna yang sudah terbiasa, komunikasi secara *online* dinilai lebih efektif dan efesien.

d. Menggerakan Masyarakat

Adanya permasalahan-permasalahan kompleks seperti dalam hal politik, pemerintah hingga hukum agama, ras dan budaya (SARA), mampu mengundang banyak tanggapan dari khalayak. Salah satu upaya untuk menaggapi berbagai masalah tersebut adalah dengan memberikan kritikan, saran, celaan hingga pembelajaran melalui media sosial.

e. Sarana Berbagi

Media sosial sering dijadikan sebagai sarana untuk berbagi informasi yang bermanfaat bagi banyak orang, dari satu orang kebanyak orang lainnya. Dengan membagikan informasi tersebut, maka diharapkan banyak pihak yang mengetahui tentang informasi tersebut, baik dalam skala nasional hingga internasional.

4. Terapan Media Sosial

Terapan media sosial adalah intensitas keadaan dimana khalayak terkena atau terpapar oleh pesan-pesan yang disebarkan melalui suatu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media.[50] Terapan dari suatu media mampu memberikan dampak yang dalam bagi penontonnya. Adanya pesan-pesan yang bersifat persuasif yang telah disajikan sedemikian rupa dapat memicu terjadinya perubahan perilaku, sikap, pandangan maupun persepsi. Selanjutnya pendapat lain mengenai pengertian terapan media menurut Larry Shore yang dikutip dalam Prastyono:[51]

> "Media exposure is more complicated than acces because is ideal not oncle whit what her a person is within pysical (range of the particular massa medium) but also whether person is actually exposed to the message. Exposure is hearing, seeing, reading, or most generally, expriecing, with at least a minimal amount of interest the social media. The exposure might occore to an individual or group level."

Artinya, terapan media adalah lebih lengkap daripada hanya sekedar akses. Terapan tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media sosial akan tetap apakah seseorang itu benar-benar membuka diri terhadap pesan-pesan yang disebarkan melalui media sosial tersebut. Wujud nyata dari terapan media adalah kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media sosial maupun pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu maupun kelompok.

Menurut Rosengren terapan media sosial dapat dioperasionalisasikan ke dalam jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi

---

[50] Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1990, h. 45.
[51] Bambang Prastyono, *Hubungan Antara Keluarga dan Terpaan Media*, 1995, h. 127.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antar individu konsumen media sosial dengan isi media sosial yang dikonsumsi atau dengan media sosial secara keseluruhan.[52]

Sedangkan menurut Sari adalah terapan media dapat dioperasikan dengan media sosial yang digunakan, frekuensi penggunaan, maupun durasi penggunaan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terapan media dapat diukur dengan frekuensi, durasi dan intensitas, sehingga mengukur terapan video *beauty vlongger* di *Youtube* dapat dijabarkan.[53]

[52] Rakhmat, *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009, h. 76.
[53] Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komuniasi*, Malang: Prenada Media Grup, 2012, h. 311.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode jenis penelitian studi kasus jenis instrinsik.[1] Penelitian ini dipilih dimaksudkan untuk memperoleh pengetahuan bagaimana Manajemen Dakwah yang dilakukan komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur di Media Sosial, dengan memperhatikan perencanaan, perorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan, mempersepsikan gerakan manajemen dakwah terhadap para santri, alumni, dan Mahasiswa Jawa Timur.

Tipe penelitian ini menggunakan tipe deskripsi kualitatif, dimana penelitian mendeskripsikan atau mengkontruksi waawancara-wawancara mendalam terhadap subjek penelitian. Disini peneliti bertindak selaku fasilitator dan realitas dikontruksi oleh subjek penelitian. Selanjutnya peneliti bertindak sebagai aktivis yang ikut memberi makna secara kritis pada realitas yang dikontruksikan subjek penelitian.[2]

---

[1] Ada tiga jenis studi kasus, *Pertama*, Studi Kasus Intrinsik: adalah jenis ini ditempuh oleh peneliti yang ingin lebih memahami sebuah kasus tertentu. *Kedua*, Studi Kasus Intrumental: adalah jenis ini digunakan untuk meneliti suatu kasus tertentu agar tersaji sebuah perspektif tentang isu atau perbaikan suatu teori. *Ketiga*, Studi Kasus Kolektif: adalah jenis ini bukan berarti melakukan studi beberapa kasus. Lihat pada: Norman K. Denzin & Yvonna S. Lincoln, *Handbook of Qualitative Research*. Terj: Dariyanto dkk, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, h. 301.

[2] Rakhmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertasi Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Prenada Media Grup, 2008, h. 102.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Craswell dalam Burhan Bungin menyebutkan, terdapat empat asumsi penelitian kualitatif, yaitu, *Pertama*, penelitian kualitatif lebih memperhatikan proses dan hasil. *Kedua*, penelitian kualitatif lebih memperhatikan interprestasi. *Ketiga*, penelitian kualitatif merupakan alat utama dalam mengumpulkan data dan analisis data serta peneliti kualitatif harus terjun langsung ke lapangan, melakukan observasi partisipasi di lapangan. *Keempat*, penelitian kualitatif menggambarkan bahwa peneliti terlibat dalam proses penelitian, interpretasi data, dan pencapaian pemahaman melalui kata atau gambar. *Kelima*, proses penelitian kualitatif bersifat induktif dimana peneliti membuat konsep, hipotesa, dan teori berdasarkan data lapangan yang diperoleh serta terus mengembangkannya di lapangan dalam proses "jatuh bangun".[3]

Menurut Meloeng, penelitian kualitatif memiliki ciri-ciri yang membedakannya dengan jenis penelitian lainnya. Ciri penelitian kualitatif diantaranya adalah sebagai berikut, *Pertama*, penelitian ini berlangsung dalam situasi alamiah (*natural setting*). Maksudnya adalah penelitian hanya berusaha memahami sebuah fenomena yang dirasakan subjek sebagaimana adanya (*wersehen*), bukan untuk memanipulasi situs ataupun melakukan interverensi terhadap aktivitas subjek penelitian.[4] *Kedua*, manusia merupakan alat pengumpul data utama yang dijadikan informan penelitian. *Ketiga*, analisis data bersifat induktif. *Keempat*, metode yang digunakan adalah metode kualitatif. *Kelima*, memiliki *grand theory* yang berasal dari data. *Keenam*, data lebih bersifat

[3] M. Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013, h.3 07.
[4] Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Jakarta: Erlangga, 2009, h. 24.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

deskriptif yang diambil dari berbagai sumber data. *Ketujuh*, lebih mengutamakan proses penelitian daripada hasil, dan *kedelapan*, adanya batas yang ditentukan.

Merujuk pada pandangan Moleong tersebut, maka karakteristik penelitian kualitatif dipandang tepat digunakan. Selain itu, alasan digunakannya penelitian kualitatif dalam penelitian ini adalah di karenakan sejalan dengan paradigma *naturalistic* yang merupakan bentuk paradigma penelitian kualitatif. Patton dan Pawito menyebutkan bahwa studi kasus merupakan upaya mengumpulkan dan kemudian mengorganisaikan serta menganalisis data tentang kasus tertentu.[5]

Alasan peneliti memilih penelitian kualitatif karena yang dibicakan judul penelitian ini mengenai Manajemen Dakwah yang dilakukan oleh komunitas Arus Informasi Santri di Jawa Timur di Media Sosial, dengan itu alasan penelitian memilihti kualitatif adalah penelitian ini, peneliti mengfokuskan pada aktivitas di Media Sosial sehingga data yang diperoleh berupa deskripsi kegiatan tersebut, serta bagaimana respon anggota terhadap kegiatan yang dilakukan. Peneliti terjun langsung ke lapangan, untuk mendapatkan data yang diinginkan. Agar data tersebut terasa lebih objektif, peneliti mengadakan pengamatan yang bersifat partisipan. Menggunakan pendekatan kualitatif, pemalsuan data lebih dihindari. Oleh karena itu peneliti hadir dan menjadi anggota, sebagaimana anggota struktural komunitas, juga anggota yang ada di grup intagram.

[5] Prawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: Lkis, 2008, h. 140.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

Subjek penelitian ini adalah para pengurus komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur, untuk lebih lengkapnya bisa dilihat pada subjek penelitian berikut ini:

No	Subjek Penelitian	Jabatan
1	Ulinnuha Lazulfa Wakhusna Ma'aab	Koorditaror
2	Anifatul Jannah	Sekertaris
3	Naqibatin Nadiriyah	Sekertaris
4	Abdullah Hamid	Pembina Arus Informasi Santri
5	Abdul Fatah	Anggota

Tabel 3. 1. Subjek penelitian

2. Objek penelitian

Objek penelitiannya adalah Manajemen Dakwah yang dilakukan komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur di Media Sosial.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Sumber Data Penelitian

1. Sumber data

Data penelitian diperoleh melalui pengamatan mendalam proses komunikasi langsung maupun tidak langsung seperti menggunakan media chatting yang terjadi pada pengurus dan anggota komunitas Arus Informasi Santi Jawa Timur di Media sosial, pengamatan kegiatan-kegiatan. Wawancara kepada pengurus dan anggota komunitas, data-data lain berupa buku-buku dan jurnal yang membahas tentang Manajemen Dakwah, komunikasi, website komunitas, dan media sosial yang dimiliki komunitas yakni Istagaram, youtube, dan Twitter.

2. Jenis data

a. Data Primer

Sumber data yang fokus pada penelitian, atau data ini tentang aktivitas Manajemen Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur di Media Sosial, peran, data diperoleh dari catatan dari rekaman wawancara, dokumentasi, dan observasi.

b. Data Sekunder

Media sosial milik komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur (Instagram, Facebook, Twitter, dan Youtube)[6].

[6] instagram https://www.instagram.com/aisjawiwetan/?hl=id , twitter https://twitter.com/hashtag/aisjawiwetan?lang=id, facebook https://www.facebook.com/aisjw/, youtube https://www.youtube.com/channel/UCBrruIvT3Wg9zWcD5ci6L3A

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan tiga teknik. *Pertama*, teknik wawancara. Dengan teknik ini peneliti mewawancarai beberapa informan yang telah dijelaskan pada sub-sub sumber data penelitian dan subjek dari kalangan pengelola komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur, dan lain-lain yang kompeten untuk memberikan informasi.

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terarah. Pemilihan bentuk wawancara ini dirasa lebih efektif, melihat responden temasuk golongan orang-orang yang terpelajar, seperti yang diungkapkan Burhan Bungin bahwa, sekelompok mahasiswa, dosen, dan tokoh masyarakat merupakan orang-orang yang memiliki kesadaran politik yang baik dan mampu menyampaikan pendapat dan persepsinya dengan baik.[7]

Kedua, teknik observasi partisipan. Dengan teknik ini peneliti terlibat sebagai *outsider* dalam beberapa kegaitan komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur yang dilakukan. Penelitian ini juga akan menggunakan observasi sebagai teknik pengumpulan data, observasi adalah sebagai pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengelolaan serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme *in situ*, sesuai dengan tujuan empiris.[8]

---

[7] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, dan Pemasaran*, Jakarta: Prenada Media Grup, 2015, h. 138.

[8] Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, h. 369.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian melakukan keikut sertaaan pada manajemen dakwah komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur, diantaranya mengamati manajemen dakwah yang dilakukan, mulai perencanaan, perorganisasian, penggerakan, dan pengawasan.

Penggunaan metode observasi ini, peniliti dapat mengetahui kejadian sebenarnya sehingga informasinya diperoleh langsung dan hasilnya akurat, dapat memudahkan peneliti dalam memahami perilaku yang kompleks. Kemudian teknik observasi ini sangat membantu untuk mendapatkan data yang lebih akurat, holistik serta mendapatkan data yang sulit didapatkan dengan teknik lain, mendapatkan data yang kontemporer serta memungkinkan untuk mendapatkan penemuan baru.

Penggunaan wawacara dan observasi dimaksudkan untuk mendapatkan data yang lebih lengkap, senada yang dijelaskan Kriyanto bahwa dalam observasi peneliti dimungkinkan mengobservasi seseorang atau masyarakat dalam periode yang panjang, namun untuk bisa mengetahui aktivitas-aktivitas yang telah dilakukan dengan bertanya tentang aktivitas-aktivitas tersebut, juga peneliti bisa memperoleh ide-ide informan, pikiran-pikiran mereka, opini, perilaku, dan motivasi mereka.[9]

Ketiga, teknik dokumenter, teknik ini peneliti gunakan untuk memperoleh data-data dokumenter terkait komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur, baik

[9] Rakhmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertasi Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Prenada Media Grup, 2008, h. 102.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

data-data kepastian, referensi, jurnal dan majalah, email dan website, maupun dokumen bentuk lainnnya.[10] Dokumen pendukung, melakukan dokumentasi hasil observasi data dalam manajemen dakwah, dokumentasi interaksi antar pengurus dan anggota media sosial. Catatan lapangan, sebagai peneliti akan selalu mencatat hasil penelitian baik itu observasi maupun wawancara.

E. Teknik Analisis Data

Setelah data diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, maka dilakukan mengecekan ulang data, setelah akurat dan lengkap maka tindakan selanjutnya adalah melakukan analisis data.

Analisis data menurut Moleong adalah proses pengorganisasian dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.[11]

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, karena termasuk kelompok analisis kinerja dan pengalam invidual serta perilaku institusi. Aktivitas komunikasi kelompok komunitas Arus Informasi

---

[10] Pembayun,llys Lestari, *One Stop Qualtative Research Methodology in Communication*, Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, h. 255.

[11] Rakhmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertasi Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Prenada Media Grup, 2008, h. 165.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Santri Jawa Timur di Media Sosial melalui Manajemen Dakwah komunitas menjadi pengalaman individual yang dicari.[12]

Setelah periode pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik analis dari model Milles dan Hurberman yaitu *Interactive model*. Aktivitas analisis mereka terdiri dari data *reduction*, data *display*, data *conclusion drawing/ verivication* yang dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya mencapai jenuh.

1. Pengumpalan Data

   Pengumpulan data yaitu pengumpulan data pertama atau data mentah yang dikumpulkan dalam suatu penelitian.

2. Reduksi Data

   Mereduksi Data/ Data *reduction*. Yaitu dari data yang sekian banyak peneliti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan data yang penting dan membuang hal-hal yang tidak perlu. Setelah memilih data-data yang penting peneliti membuat kategori-kategori data sesuai dengan masalah dalam penelitian. Kategori datanya yaitu deskripsi Manajemen Dakwah Islam tentang bagaimana perencanaan, perorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang ada di komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur.

[12] Dja'man Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2014, h. 202.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Penyajian Data

Dengan menyajikan data yang telah difokuskan kepada rumusan masalah, maka penelitian ini telah terarah, dan akan memudahkan peneliti untuk menyajikan. Data yang disajikan dalam penelitian ini adalah semua data baik berdasarkan wawancara ataupun melalui telaah terhadap dokumentasi dari beberapa sumber. Intinya dalam penyajian disini adalah peneliti menyajikan data sesuai dngan rumusan masalah yang sudah ditentukan.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan langkah ketiga meliputi makna yang telah disederhanakan, disajikan dalam pengujian data dengan cara mencatat keteraturan, poal-pola penjelasan secara logis dan metodelogis, konfigurasi yang memungkinkan diprediksi hubungan sebab akibat melalui hukum-hukum empiris. Dari data yang telah berbentuk pola, peneliti menganalisis keterkaitan dan mengkonfirmasi dengan data, teori manajemen dakwah sehingga dapat diambil kesimpulan. Kesimpulan ini akan terus diuji keabsahannya dengan data-data yang kredibel.

F. Keabsahan Data

Uji keabsahan data bertujuan untuk menguji apakah data yang telah dikumpulkan valid atau tidak, karena penelitian kualitatif dinyatakan absah apabila memiliki derajat keterpercayaan, keteralihan, dan kepastian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triagulasi sumber yaitu dengan cara membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. misalnya, membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara, membandingkan apa yang dikatakan umum dengan apa yang dikatakan pribadi.[13]

[13] Rakhmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertasi Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Prenada Media Grup, 2008, h. 70-71.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Profil Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur

1. Arus Informasi Santri Jawa Timur

Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur adalah sebuah komunitas media sosial yang dimana terkumpul orang-orang yang memiliki hobi dan tujuan yang sama. Terdapat berbagai macam media sosial yang salah satunya adalah Instagram, Facebook, Washapp, Twitter, dan Youtube.

Banyak manfaat positif jika santri bergabung dalam komunitas sosial, diantaranya adalah sebagai wadah penyelesaikan masalah santri, berbagi ilmu pengetahuan, bahkan sebagai proses sosialisasi sebuah komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur.

Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur adalah sebuah wadah santri-santri pecinta dan penggemar pegiat media sosial. Komunitas ini sendiri dibuat untuk santri-santri yang gemar media sosial. Sehingga diharapkan dengan adanya komunitas ini para pecinta dapat memberikan ide atau membuat acara.

Komunitas ini memiliki peran penting dalam santri dimana memiliki tujuan untuk memperkenalkan kepada santri kegiatannya. Penanaman suatu paham Ahlusunah wal jamaah (Aswaja) terhadap santri. Hal ini peran komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur agar khalayak dapat mengetahui. Dalam rangka memperkenalkan serangkaian kegiatan seperti menghubungi situs resmi pondok untuk ikut gabung.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada tahun 2017 komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur ini semakin dikenal oleh santri dari berbagai pondok. Hobi memang bisa mempersatukan santri dalam sebuah komunitas, seperti suka mengunggah video, ceramah kyai, meme, dll. Untuk melakukan perluasan komunitas secara efektif kepada santri, diperlukan pemahaman tentang media sosial dan budaya santri. Sehingga konsep dan metodologi serta media sosial dapat dengan efektif digunakan secara positif.

Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur merupakan daerah pertama setelah berdirinya Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara. Beberapa pengurusnya adalah pengagas Komunitas yang berada di Jogja tanggal 3 April 2016. Ketika sebelum kopdarnas pertama di Jogja santri-santri dari Jawa Timur untuk membentuk sendiri komunitas santri-santri Jawa Timur. Setelah kurang lebih 6 bulan maka terbentuklah dengan keinginan beberapa pengurus untuk membentuk grup Washapp untuk santri Jawa Timur. Pelopornya adalah Hamid, Anifah, Amik, Danis, dan Ulin. Terbentuklah pengurusnya yang di Koordinator Hanifah. Setelah kepengurusannya selama 1 tahun Hanifah ditarik menjadi pengurus dipusat. Karena dipusat lagi membutuhkan sekertaris dan Hanifah waktu itu kuliah di Universitas Islam Negeri Kalijaga. Keadaaan yang mendukung akhirnya dia memutuskan untuk mengundurkan diri jadi koordiantor.

Meskipun demikian pengurus menunjuk Hanifah menjadi sekertatis kedua dengan pertimbangan bahwa kalau bisa sekertaris pusat dengan regional sama agar dalam rekap kegiatan mudah. Terjadinya musyawarah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengurus untuk mencari pengganti Koordinator. Hasil musayarawarah maka di tunjuklah Ulin sebagai koordinator Jawa Timur. Alasan karena dia yang paling layak untuk meneruskan dan yang memberi nama. komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur. Bertujuan untuk mempercepat penyebaran dengan jangkauan sampai sekarang di Instagram, postingan 455, dan pengikut 10.800 di seluruh Jawa Timur.

Seiring dengan bertambahnya tahun, penambahanterus dilakukan, baik mutu maupun materi siaran. Sejak awal dibentuknya hingga saat ini sudah memiliki 2 regional. Pertama komunitas Arus Informasi Santri Banyuwangi yang berdiri Mei 2017. Koordinatornya adalah Ahmad Mujib. Kedua komunitas Arus Informasi Santri Jember yang berdiri Apri 2018. Tidak jarang mendapatkan panggilan mengisi acara di kopdarnas di regional yang lainnya. Selama 3 tahun lamanya dibentuk, dan berhasil membuat kegiatan dan progam yang bisa bekerja sama dengan pondok yang ada Jawa Timur. Posisi sebagai Penggagas diakui secara langsung oleh komunitas Arus Informasi Santri Nusantara yang memberikan penghargaan sebagai pengembang komunitas. Pada tahun 2017 mampu mengadakan progam yang banyak sehingga memberikan pencerahan kepada regional yang lainnya.

Media sosial merupakan salah satu media yang mempunyai peranan sangat penting dalam mempengaruhi opini publik sehingga memperhatikan idealisme dalam penyiarannya. Keberadaan komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur tidak dapat dilepaskan dari untuk kepedulian kepada santri yang sudah tidak mondok atau yang masih mondok untuk melek media sosial,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

namun harus diingat bahwa tujuan utama sebuah media adalah untuk mencerdaskan bukan untuk merusak.

Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur menggunakan sebutan, Jawiwetan karena berada Jawa Timur yang menggunakan bahasa daerah Jawa Timur yang halus atau biasa dikenal dengan kromo inggil. Jawa itu kromo inggil dari jawi, dan Timur dari wetan. Dengan sebutan itu maka orang Jawa Timur mudah untuk menyebutnya tanpa perlu terikat oleh prosedur sehingga tidak perlu struktur yang susah.

2. Visi dan Misi

   Visi

   Digitalisasi dahwah Ahlusunnah Wal Jama'ah

   Misi

   a. Menyajikan referensi ibadah ala Aswaja
   b. Menyajikan konten yang sejuk dan rahmatan lil'alamin
   c. Menjadi pusat informasi dan silaturahmi santri dan pesantren di seluruh Jawa Timur
   d. Mendorong pesantren di seluruh Jawa Timur memiliki akun media sosial sebagai pusat media dakwah dan komunikasi pesantren

3. Lambang Makna dan Filosofi Logo

   a. Warna kuning melambangkan kesenangan dan antusiasme pada siapapun yang melihat dan memandang.
   b. Lengkungan menjadi simbol bahwa akan selalu luwes dan tidak kaku dalam menghadapi zaman.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Kuncup bunga melambangkan bahwa harus selalu andap asor tidak sombong dan mampu berada dalam kelompok terkecil sekalipun.

d. Kelopak bunga melambangkan bahwa siap berkembang di manapun.

e. Simbol sinyal melambangkan bahwa akan selalu menyiarkan pesan damai dalam kehidupan beragama, berbangsa, dan bernegara.

Gambar 4. 1 lambang Arus Informasi Santri Jawa Timur 3 Juli 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Pengurus Komunitas Arus Informasi Jawa Timur

   Koordinator Ulinnuha Lazulfa Wakhusna Ma'aab

   Wakil koordinator Aji Pratama

   Sekertaris 1 Naqibatin Nadiriyah

   Sekertaris 2 Anifatul Jannah

   Bendahara Amidatus Sholihat

5. Progam

   a. Konten Media Sosial Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur

      Progam konten media sosial adalah paket progam untuk wadah santri untuk menyampaikan ibadah ala aswaja kepada santri yang lainnya, selain memberikan filter bagi tindakan santri untuk berbuat sesuai aturan ajaran aswaja, dan dapat mengetahui secara dalam ajaran-ajaran aswaja. Memenuhi kebutuhan santri tersebut, maka komunitas Arus Informasi Santri membuat berbagai macam progam keagamaan regular diantaranya yaitu videotren.

      Progam konten di media sosial komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur dengan nama "videotren" ini di lakukan secara langsung. Merupakan salah satu dari progam konten di media sosial, dimana videotren ini menggunakan metode dialog interaksi antara santri satu dengan santri yang lainnya yang dikemas dalam bentuk ajaran Islam ala aswaja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Videotren

Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur mengadakan videotren pada hari santri untuk memeriahkannya. Lomba untuk umum, santri, dan alumni pesantren yang memiliki perhatian kepada dunia pesantren Jawa Timur. Bertemakan nostalgia santri. Waktunya 15 September – 20 Oktober 2016. Bagi penggiat media sosial saat menantang untuk mengikuti progam yang bekerjasama dengan RMI NU.

c. Lomba Quote Ulama Nusantara

Lomba ini yang dilakukan oleh komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur yang dimulai dari 22 November sampai 5 Desember 2016 secara online yang bekerjanya sama dengan IBS Grup. Lomba desain quote diperuntuhkan kepada warga negara Indonesia dalam acara memperingati maulid Nabi. Sebagai rasa kebagian sebagai pengikut beliau dan rasa hormat sebagai pengikut.

d. Madrasah Desain Chapter I Surabaya

Dalam progam ini peserta dikasih pengetahuan tentang media digital. Bahwa seorang santri dituntut untuk memiliki jiwa *creative* dalam bidang dakwah. Kemampuan agama yang dimiliki santri harus dibagikan lewat media sosial. Maka dengan itu santri *design community* hadir untuk mengisi pendidikan grafis untuk santri.

Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur mengajak pada designer santri yang membuat meme kreatif, tips membuat browsur, sharing fotografi, hingga materi branding. Desain menjadi salah satu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemasan yang menarik dalam menyebar dakwah, karena desain memiliki kekuatan tersendiri dalam menarik perhatian orang di media sosial. Komunitas ini mencoba untuk menutupi kekurangan peran santri desainer pondok.

e. Ngaji Sosmed

Ngaji sosmed bertujuan meningkatkan kualitas santri agar bermutu dan profesional di media sosial mengadakan acara ngaji sosmed. Acara ini sebagai kaderasi santri di bidang media sosial. Komunitas Arus Infomasi Santri Jawa Timur ingin membentuk santri yang kompeten. Sebagian besar yang mengikuti acara alumni pondok. Santri harus melek media dengan cara menebar kaderisasi melalui konten-konten yang ramah. Santri agar mengisi sosiak media dengan hal-hal positif yang bermanfaat bagi santri yang lainnya.

f. Madrasah Literasi Digital

Zaman yang serba teknologi suka atau tidak suka maka perlu diadakan pelatihan literasi digital. Kemampuan santri untuk memperoleh, mendapat, menggunakan informasi sumber sangat mudah dan banyak. Seiring perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, Maka santri dituntut dalam menyikapi informasi di media sosial. Tujuan literasi digital untuk meningkatkan kapabilitas santri saat mereka mendapatkan konten yang membuat informasi serta aspek penyusunan pengetahuan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. Ngaji Media

Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur untuk meningkatkan pengetahuan dalam media sosial santri dengan mengadakan progam ngaji sosmed. Banyaknya sekali hoaks yang bertebaran, beberapa santri menjadi korban. Progam ini untuk memberikan pemahaman kepada santri agar tidak terkenal hoaks yang tersebar di dunia maya.

No	Nama kegiatan	Penyelenggara	Peserta	Waktu	Tempat	Partnership/kolaborasi
0	Kopdar Perdana AIS Jawi Wetan	AIS Jawi Wetan	Anggota	4 september 2016	Cemeng Coffee, Malang	Kafe Cemeng Malang
1	Videotren 2016	AIS Jawi Wetan	Umum	15 September – 20 Oktober 2016	• Online • Pembagian hadiah diperingatan HSN Yogyakarta	RMI NU
2	Lomba Quote Ulama Nusantara	AIS Jawi Wetan	Umum	22 November – 5 Desember 2016	• Online • Pembagian hadiah di PWNU Jawa Timur	IBS Group
3	Madrasah Desain Chapter I Surabaya	SDC Surabaya	Umum (30)	26 Februari 2017	Kantor TV9 Lantai 2	• Ansor • PMII Unair • AIS Jawi Wetan
3	Madrasah Desain Chapter II Surabaya	• SDC Surabaya • AIS Jawi Wetan	Umum (30)	24 April 2017	Kantor PWNU Jawa Timur	• Ansor • PMII Unair

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4	Rakerda 2017	AIS Jawi Wetan	Anggota	04 mei 2017	Jombang	Pondok Pesantren Bahrul Ulum, Jombang
5	Kolabosantri Goes To Jombang	Kolabosantri	Umum	05 Mei 2017	Institut Agama Islam BaniFattah (IAIBAFA) Jombang	• Alasantri • Pesantren story • Cahpondok • Santrikeren • Rofiqhudawy
6	Madrasah Desain Chapter 1 Banyuwangi	• SDC Banyuwangi • AIS Banyuwangi	Umum (30)	11 juni 2017	Kantor PCNU Banyuwangi	
7	Talkshow Pra Nikah	• Yayasan Aljihad Surabaya • AIS Jawi Wetan	Umum (200)	13 Juni 2017	Pesantren mahasiswa Al-Jihad Surabaya	• Yayasan Aljihad Surabaya • TV9 Nusantara • Santriputrihits
8	Halal bi Halal	AIS Jawi Wetan	Anggota AIS	10 Juli 2017	Kediaman Sdri. Amidah Sholihat, Pasuruan	-
9	Dzikir dan Pengajian Umum Halal bi Halal	Yayasan Al-Jihad Surabaya	Umum	23 Juli 2017	Sport Center UIN Sunan Ampel Surabaya	• AIS Jawi Wetan • TV9 Nusantara • IBS TV
10	Ngaji	Kolabosa	Umum	11 Agustus	PP. Darul	AIS Jawi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	sosmed (CP x SK x AS)	ntri		2017	Ulum Jombang	Wetan
11	Madrasah Desain Chapter Pasuruan	SDC	Umum (30)	27 Agustus 2017	RM. Palm Resto, Pasuruan	AIS Jawi Wetan
12	Videotren 2017	AIS Jawi Wetan	Umum	Agustus-Oktober 2017	• Online • Pembagian hadiah diperingatan HSN Surabaya	RMI NU
13	Madrasah Literasi Digital	AIS Banyuwangi	Umum (50)	15 Oktober 2017	PP. Bustanul Makmur	• RMI Banyuwangi
14	Ngaji media Yang Muda Yang Berkarya	Panitia Hari Santri Nasional 2017	Umum (500)	21 Oktober 2017	Gedung PSBR Jombang	• AIS Jawi Wetan • RMI • Dll
15	Bazaar Hari Santri Nasional	PWNU Jawa Timur	Umum	25-29 Oktober 2017	Atrium Giant Maspion Square, Surabaya	• AIS Jawi Wetan • RMI • Dll
16	Kajian Pra Nikah	AIS Jawi Wetan	Umum	29 Oktober 2017	Atrium Giant Maspion Square, Surabaya	PWNU Jawa Timur
17	Talkshow with aisnusantara	Himmaba (Himpunan Mahasiswa Malang Alumni Bahrul	Umum	3 November 2017	UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	AIS Jawi Wetan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Ulum)				
18	Madrasah Desain Chapter 2	• SDC Banyuwangi • AIS Banyuwangi	Umum (50)	26 November 2017	PKPT IAI Ibrahimy Banyuwangi	
19	Ngaji Sosmed	AIS Jawi Wetan	Umum	26 November 2017	Auditorium Pondok Pesantren Tarbiyatut Tholabah	• Fitrah Surabaya • IKBAL (Ikatan Keluarga Besar Alumni) Tabah
20	Seminar Dakwah Modern dan Santripreneur	OSIS SMA Darul Ulum 2 Jombang		12 Desember 2017	SMA DU 2 Jombang	• AIS Jawi Wetan • OSIS SMADU • Dll
21	Madrasah Desain Roadshow Chapter SMK NU Al-Futuhiyyah Goes to Enterpreneurship	• SDC Banyuwangi • AIS Banyuwangi	Umum (50)	24-27 Januari 2018	SMK NU Al-Futuhiyyah	SMK NU Al-Futuhiyyah

Tabel 4. 1 Progam kegiatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Partnership

a. RMI NU

Dalam progam ini RMI NU bekerja sama dalam pebuatan videotren secara online yang dilaksanakan pada bulan Agustus - Oktober 2017. Dalam iven peringatan HSN Surabaya. memanfaatkan media sosial untuk gerakan ayo mondok dan membuat video-video unik tentang pesantren. Dengan harapan banyak generasi milenial yang tertarik untuk mencari ilmu. RMI NU ingin mempersiapkan diri untuk berakselerasi dengan era milenial. Dengan mulai digulirkannya narasi digitalisasi pesantren untuk menghadapi zaman yang serba teknologi.

b. RMI Banyuwangi

Tempat pelaksanaan di Pondok Pesantren Bustanul Makmur yang diikuti peserta umum 50 orang dalam tema Madrasah Literasi Digital yang dilaksanakan 15 Oktober 2017.

c. IBS Group dalam Acara Lomba Quote Ulama Nusantara.

d. TV9 dalam Acara Talkshow Pra Nikah yang bertempat di Yayasan Al Jihad Surabaya.

e. IBS TV dalam Acara Dzikir dan Pengajian Umun Halal Bi Halal.

f. PWNU Jawa Timur dalam acara Kajian Pra Nikah dan Menguploadkan Istiqosah Qubra.

B. Temuan

Pada bagian ini akan dilakukan analisis berdasarkan rumusan masalah penelitian. Terdapat tiga rumusan masalah penelitian yakni: 1) Bagaimana konsep

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

manajemen dakwah perspektif komunitas Arus Informasi Santri di media sosial era Milenial? Bagaimana kebijakan manajemen dakwah perspektif komunitas Arus Informasi Santri di media sosial era Milenial? Bagaimana kontribusi manajemen dakwah perspektif komunitas Arus Informasi Santri di media sosial era Milenial?

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metodologi kualitatif, dimana dalam penelitiannya peneliti tidak hanya sebagai pengamat namun juga ikut serta dalam fenomena yang ditelitinya. Maka dari itu dalam menganalisis hasil temuan dalam penelitian ini, peneliti tidak hanya memposisikan sebagai pengamat saja, namun juga ikut serta menjadi fanpage Instagram komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur, dan juga ikut dalam kegaitan anggota komunitas.

Inilah hasil analisis yang peneliti lakukan berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, yaitu mengenai manajemen dakwah komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur di media sosial. Bagian ini menjelasakan temuan penelitian dan pembahasannya ditinjau dari aspek Admin Media Sosial, Cara Mengelola Akun, Media Sosial, Mitra Pondok, dan Musyawarah. Pembahasan secara mendetail dilakukan berdasarkan urutan diatas, dimulai dari temuan yang menyangkut manajemen dakwah.

1. Admin Media Sosial

   Dalam pelaksanaan manajemen dakwah pada komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur pelaku adalah aktor atau inisiator atau manajer dari kegiatan manajemen, sebagaimana ditemukan dalam postingan. Para

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

admin media sosial sebanyak 3 orang, merekalah yang mengelola apabila terdapat postingan yang tidak benar atau salah.

"Dulu dalam pengelola akun instagram media sosial cuma satu aja admin. Karena adminya lagi sibuk sehingga tidak bisa mengaploadnya kegiatan yang mau dilaksanakan. Setelah kejadian itu sekarang akun adminnya 3 sehingga setiap ada acara bisa diupload beritanya. Sehingga semua anggota bisa mengetahui acara."[1]

Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur membuktikan kepada masyarakat khususnya santri bahwa media sosial perlu adanya manajemen supaya dalam mengelola tidak merugikan pihak lain. Berdasarkan dari paparan data sebelumnya bahwa komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur. Dalam melakukan manajemen dakwah minimal memiliki 3 admin di media sosial.

Admin ini mempunyai aliran dan golongan yang sama. Sehingga dalam mengelola media sosial tidak pernah terjadi masalah. Selama 3 tahun sampai sekarang belum kesalahan dalam postingan yang menimbul konflik antara pengurus dan anggota.

2. Cara Mengelola Akun

Pengurus komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur mempunyai tugas yang ganda. Selain dalam struktur sebagai ketua juga menjadi pengelola. Pengurus rata-rata mempunyai kemampuan tidak hanya di satu bidang saja tetapi juga dibeberapa bidang. Jarang dalam suatu komunitas memiliki kemampuan yang bermacam-macam (multi talenta).

Pengurus dan anggota yang dituntut tidak hanya sebagai ahli dalam bidang agama tetapi juga bidang teknologi. sebagai santri yang hidup di era

[1] Ulinnuha Lazulfa Wakhusna Ma'aab, *Wawancara* ,Ponorogo, 25 Mei 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

milineal. Teknologi sebagai cara santri untuk mengalamalkan ilmu yang dimilikinya.

3. Media Sosial

Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur banyak menggunakan akun media sosial, yaitu

Instagram didalam mengunggah konten-konten/ meme, karena di instagram adalah durasi videonya pendek. Dan tidak butuh data besar untuk mengakses istagaram.

Youtube digunakan oleh komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur untuk mengunggah video yang berdura lama. Biasanya digunakan lomba membuat video ala santri. Selain itu juga digunakan untuk mengunggah ceramah kyai-kyai NU yang sesaui dengan pemikirannya modern/ kyai-kyai muda yang pengetahuannya tentang dunia modern banyak. Sehingga cocok untuk santri-santri di era milenial.

Twitter Arus Informasi Santri digunakan untuk menulis pandangan komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur terhadap suatu masalah agama. Saling tukar pendapat antara santri yang bergabung antara pengurus dan anggota.

4. Mitra Pondok

Pondok merupakan sasaran pertama. Karena tujuan dari komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur adalah setiap pondok di Jawa Timur mempunyai Akun. Melakukannya dengan menghubungi website resmi pondok untuk mengajak bergabung. Selama kami mengajak pondok untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bergabung tidak ada yang menolak. Bahkan ada juga yang pondok ingin bergabung. Kalau pondok ingin gabung maka ada persyaratan yaitu akun media pondok tersebut harus aktif dalam memposting. Kalau tidak aktif maka akan di keluarkan dari grup. Keinginannya adalah bahwa akun pondok lebih maju dari pada akun komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur yang lebih maju..

5. Musyawarah

Setiap mau ada acara pengurus melakukan musyawarah di grup Washapp. Dimulai dari jam 20.00 sampai jam 22.00. pengurus tidak melakukan *face to face* karena terkendalan oleh rumah pengurus yang berbeda-beda dan jaraknya terlalu jauh. Media sosial disini sangat membantu sekali. Bisa membantu komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur dalam musyawarah kegiatan yang cukup besar. Mereka berkeyakinan bahwa semakin majunya teknologi semakin mudah pula kita dalam melakukan sesuatu yang tidak mungkin menjadi mungkin. Alhamdulillah acara yang dibuat selalu lancar.

C. Penyajian dan Analisis Data

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai data-data yang dikumpulkan peneliti di lapangan yang berhubungan rumusan masalah yang telah dibuat pada bab 1, tiga pokok: konsep menejamen dakwah, kebijakan manajemen dakwah, dan kontribusi manajemen dakwah komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur di media sosial.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Konsep Manajemen Dakwah Perspektif Komunitas Arus Informasi Santri Di Media Sosial Era Milenial

Konsep awal terbentuknya komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur adalah perhatian seorang santri akan media sosial instagram dengan akun Arus Informasi Santri Jawa Timur yang memiliki banyak penggemar (netizen) di instagram, yang antusias dan penasaran dengan cerita santri dan pesantren. Dari situlah mulai bermunculan akun instagram dari pesantren lainnya juga, yang diinisiasi santri dan alumni untuk berbagi cerita di dunia pesantren.

Perkembangan pengikut masih didominasi oleh kaum remaja hingga dewasa yang notabenya santri. Arus Informasi Samtri Jawa Timur dibagi kedalam beberapa regional Jawa Timur, ada dua wilayah yaitu, komunitas Arus Infomasi Santri Banyuwangi dan komunitas Arus Informasi Santri Jember.

komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur sendiri dalam menggunakan beberapa media sosial, lebih mengutakan Instagram, merujuk pada banyaknya penggunaan jenis media sosial diatas.

Berlatar belakang ideologi *Ahlusunah Wal-Jamaah* (Aswaja) yang diperoleh dari pesantren masing-masing adalah faktor utama mengapa mereka memiliki pandangan dakwah di media sosial yang sama.

Terlepas dari apa yang digunakan setiap individu, sekumpulan orang yang mengklaim dirinya sebagai komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur ini bersama untuk melakukan dakwah dengan cara menyebarkan virus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

literasi digital dikalangan santri di pesantren Jawa Timur sehingga media sosial dipenuhi dengan postingan yang bertajuk aswaja.

Anggota dari komunitas ini tidak hanya dari kalangan santri (bermukin di pondok pesantren) tetapi juga ada dari kalangan lainnya baik alumni pesantren (santri yang sudah tidak bermukin di pesantren) atau pelajar dan mahasiswa yang berada di Jawa Timur atau yang berdomisili di Jawa Timur.

Beberapa jenis media sosial yang dipilih untuk dijadikan alat komunikasi dakwah oleh komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur, antara lain: Istagaram, Facebook, Twitter, dan di Youtube tapi belum sebegitu aktif. Namun atas pertimbangan komunitas, dimungkinkan kondisi internal dan melihat sasaran komunikasi dakwah mereka difokuskan ke instagram yang secara sistematis kontennya berisi tentang ajaran-ajaran Islam (akidah, syariah, dan ahklaq), sesuatu yang sedang diviralkan dan sudut pandang kehidupan pesantren (mauidhoh kyai, kegiatan pesantren dan cerita-cerita santri).

Kegiatan yang sering dilakukan oleh komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur ini tidak hanya dilakukan dunia maya, maksudnya adalah kegiatan bukan hanya saja dakwah di dunia maya semata, namun komunitas tersebut juga terjun langsung di masyarakat terutama mengadakan kegiatan-kegiatan di pesantren dan sekolah yang berbasis Islam.

Setiap kegiatan komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur dilaksanakan, kepanitiaan memberikan ajuran kepada seluruh peserta untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membuat akun media, minimal akun yang mewakili pesantren masing-masing, sehingga ditargetkan setiap pesantren yang berada di Jawa Timur memiliki akun dan santri melakukan dakwahnya di media sosial untuk menghilangkan berita hoak.

Struktur yang ada di dalam komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur belum resmi, karena menurut koordinatornya ini merupakan komunitas saja, bukan keanggotaan tidak resmi.

Konsep pada media sosial komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur dilakukan untuk merumuskan segala aktivitas yang akan dilakukan dalam memproduksi konten, mulai dari penentuan tema dan narasumber, *editing*.

konsep pada media sosial Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur dilakukan oleh tim yang terdiri dari pengurus yang menjadi admin. Konsep dilakukan pertama-tama dengan membuat desain progam, dan konsep dibuat 1 minggu sebelum progam dimulai. Kecuali ada sesuatu yang istimewa dengan konsep dibuat mendadak. Fungsi konsep yang diterapkan pada progam dakwah melalui beberapa tahapan, seperti yang di ungkapkan Ulin:

> "Manajemen komunitas Arus informasi Santri Jawa Timur yang pertama yaitu memperkirakan apakah situ dan kondisi sudah cocok untuk menposting, kalau salah waktu maka akan berbahaya seperti itu"[2]

Penyusunan konsep suatu kegiatan yang efektif, diperlukan kemampuan untuk memperhitungkan dan memperkirakan situasi dan kondisi setiap kegiatan dapat dilakukan dengan lancar. Perkiraan dalam progam

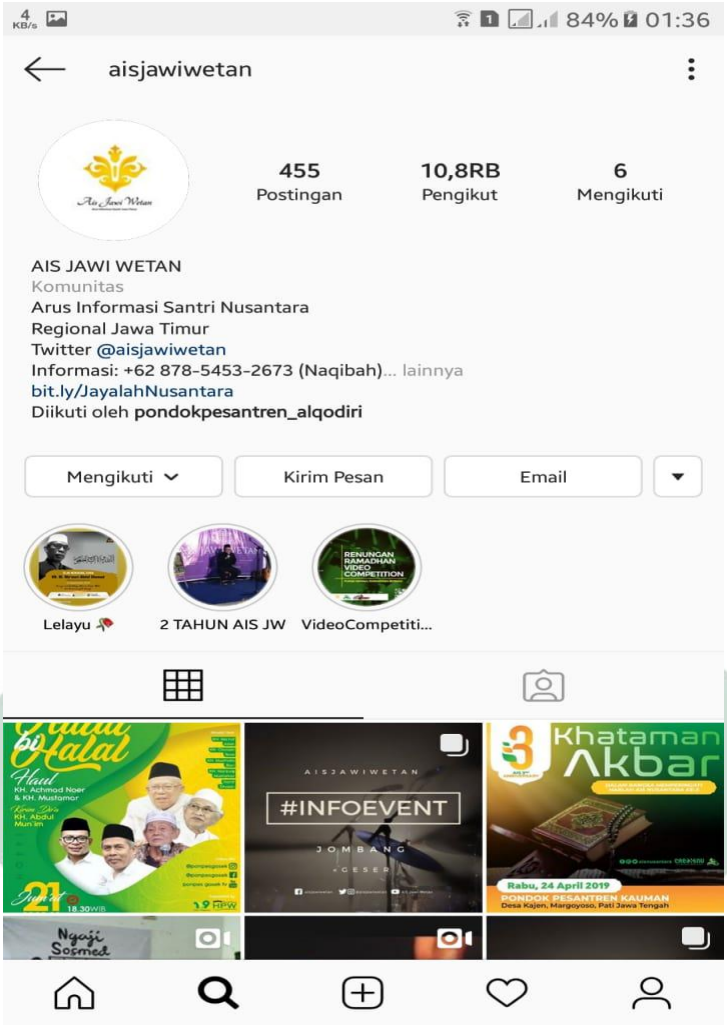
[2] Ulinnuha Lazulfa Wakhusna Ma'aab, *Wawancara* ,Ponorogo, 25 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur adalah untuk meningkatkan rating atau peningkatan dari segi kualitas postingan maupun kuantitas dari segi jumlah penonton yang ikut menyaksikan acara tersebut.

Gambar 4. 2 Instagram Arus Informasi Santi Jawa Timur 3 November 2017

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Gambar 4. 3 Instagram Arus Informasi Santri Jawa Timur 3 Juli 2019

Perkiraan dan perhitungan pada progam komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur merupakan tugas admin, dimana seorang ketua dalam hal ini harus mempunyai kepekaan terhadap kebutuhan santri pengetahuan agama. Perkiraan yang dilakukan untuk menentukan tema yang sesuai dengan fenomena yang terjadi dalam santri dan narasumber haruslah orang yang ahli dalam bidang yang disampaikan, menentukan jadwal yang tepat yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disajikan sesuai dengan kondisi santri pada saat ini, menentukan metode apakah dilakukan secara tidak langsung. seperti yang diungkapkan Naqiba:

"Arus Informasi Santri Jawa Timur tujuannya yang ingin dicapai adalah menyampaikan ajaran aswaja tujuan yang ingin dicapai pada progam di media sosial"[3]

komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur adalah untuk menyampaikan ajaran aswaja kepada Santri, selain itu juga berusaha untuk membantu santri dalam mengatasi permasalahan yang terjadi pada kehidupan saat ini, melalui solusi agama yang bersumber ibadah ala aswaja.

2. Kebijakan Manajemen Dakwah Perspektif Komunitas Arus Informasi Santri di Media Sosial Era Milenial

Kebijakan pada komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur dilakukan oleh ketua dimana kebijakan dilakukan untuk menentukan, menetapkan atau mengambil suatu keputusan pada setiap kegiatan yang ada pada media sosial tersebut. Kebijakan yang ada untuk menetapkan tema (materi), narasumber, jadwal, sasaran dan lokasi. seperti yang diungkapkan Anifa:

"Yang mengambil kebijakan untuk menetapkan keputusan hasil musyarawarah pengurus, karena mendadak maka saya sendiri yang akan memutuskan seperti itu. Ya kalau tema tentang hal-hal yang lagi viral mas, yang pasti isinya tentang dakwah agama Islam materi yang disajikan pada progam di media sosial mas"[4]

komunitas Arus Informasi Santi Jawa Timur dirumuskan oleh Pengurus. Materi diangkat dari fenomena-fenomena yang terjadi pada santri

[3] Naqibatin Nadiriyah, *Wawancara*, Lamongan, 30 Mei 2019.
[4] Anifatul Jannah, *Wawancara*, Surabaya, 1 Mei 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

saat ini, selain itu materi juga harus disesuai dengan kebutuhan santri tentang ibadah ala aswaja. Materi yang disampaikan pada media sosial komunitas tidak hanya terfokus pada suatu bidang aja, melainkan dari berbagai aspek yang terjadi di santri. Tetapi khususnya santri memahami tentang nilai-nilai ibadah ala aswaja dan penyebab timbulnya penyakit dalam aspek agama. seperti yang diungkapkan Ulin:

"Narasumbernya yang bisa ahli dibidang itu mas, jadi kalau dari pengurus ada yang paling ahli, maka dialah yang akan mengisi mas, supaya nanti materinya bisa tersampaikan semuanya tanpa ada kekurangan atau kesalahan"[5]

Narasumber pada media soaial komunitas Arus Informasi Santri Jawi Wetan ditentukan sesuai dengan tema yang diangkat pada progam tersebut. Narasumber haruslah orang yang paham atau menguasai materi yang disampaikan, agar progam berjalan lancar. seperti yang diungkapkan Hamid:

"Sasarannya yaitu pondok-pondok pesantren yang yang kecil yang masih belum kenal atau minim media sosial, tentang pengetahuannya mas. Tapi insaAllah pondok di Jawa Timur sudah sebagain besar memiliki akun"[6]

Sasaran pada media sosial komunitas Arus Informasi Santri Jawi Wetan diperuntuhkan kepada santri tidak terbatas usia, jenis kelamin, dan pendidikan. seperti yang diungkapkan Anifah:

"lokasinya tidak tentu mas, biasanya di kafe, pondok, rumah anggota, dan rumah pengurus. Siapa yang siap dan tergantung kesepakatan mas"[7]

Lokasi pada progam komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur dilaksanakan di pondok, rumah pengurus, rumah anggota, bahkan warung kopi. seperti yang diungkapkan Naqibatin:

[5] Ulinnuha Lazulfa Wakhusna Ma'aab, *Wawancara* ,Ponorogo, 25 Mei 2019.
[6] Abdul Hamid, *Wawancara*, Surabaya, 20 April 2019.
[7] Anifatul Jannah, *Wawancara*, Surabaya, 1 Mei 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Progamnya banyak mas, kalau Arus Informasi Santri Jawa Timur rata-rata progamnya workshop atau pelatihan. Kalau Arus Informasi Santri Jawa Barat tempat penggalang dana. Kalau Arus Informasi Santri Jawa Tengah Pembuat meme."[8]

Progam adalah suatu deretan kegiatran yang digambarkan untuk melaksanakan dalam mencapai tujuan. Progam yang ada pada komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur, yaitu Videotren, Lomba Quote Ulama Nusantara, Madrasah Desain Chapter I Surabaya, Madrasah Desain Chapter II Surabaya, Kolabosantri Goes To Jombang, Madrasah Desain Chapter 1 Banyuwangi, Madrasah Literasi Digital.

"Rata-rata kegiatan Arus Informasi Santri Jawa Timur dilakukan bersama dengan hari besar islam dan NU, karena kami melakukannya kalau acara membutuhkan patner kerja. Tapi banyak jadwal undangan untuk mengadakan workshop di pondok. Tapi masih belum kami terima. Karena kami juga melihat keadaan pengurus yang jauh tempatnya."[9]

Jadwal adalah daftar saat dimulainya suatu pekerjaan dan saat selesaianya pekerjaan tersebut. Jadwal setiap ada event dalam Islam atau suatu pondok.

"Arus Informasi Santri Jawa Timur adalah komunitas non profit tetapi komunitas dakwah dimana mereka berani berkorban meskipun dari uang mereka sendiri untuk agama tidak apa-apa. Pasti Allah akan membalasnya berkali-kali lipat mas."[10]

Anggaran yang dikeluarkan pada progam komunitas Arus Informasi santri Jawa Timur untuk menunjang kegiatan yang ada pada progam tersebut. Anggaran digunakan adalah pribadi atau iuran.

---

[8] Naqibatin Nadiriyah, *Wawancara*, Lamongan, 30 Mei 2019
[9] Ulinnuha Lazulfa Wakhusna Ma'aab, *Wawancara* ,Ponorogo, 25 Mei 2019
[10] Ibid.,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pertanggungjawaban anggaran untuk semua kegiatan pada komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur dilakukan oleh bendahara dan sekertaris.

Dari kebijakan diatas, penulis menyimpulkan bahwa kebijakan yang dilakukan pada di media sosial komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur pada dasarnya untuk menentukan tahapan-tahapan apa yang harus dilakukan pada progam tersebut, selain itu kebijakan juga dibuat sebagai alat untuk keadaan yang lebih cocok dengan apa yang diinginkan serta memudahkan suatu kegiartan dilaksanakan dengan teratur dan terarah dengan tujuan yang telah diterapkan.

kebijakan pada media sosial komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur dibuat oleh pengurus. Sebelum dilakukan terlebih dahulu diadakan rapat pengurus yang dilakukan di grup washapp untuk memilih pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya.

Adapun langkah-langkah kebijakan yang diterapkan pada komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur.

"Penempatan pengurus disesuai dengan keahlian mas, supaya tugas dan tanngungjawanya bisa berjalan dengan keinginan, karena mereka sudah memiliki skill di bidang itu."[11]

Bila dilihat dari struktur komunitas yang ada pada media sosial. komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur, maka dapat diuraikan bahwa klarifikasi pekerjaan ditentukan berdasarkan kemampuan dan keahlian dari para santri.

[11] Anifatul Jannah, *Wawancara*, Surabaya, 1 Mei 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengorganisasian yang ada pada media sosial komunitas Arus Informasi Santri dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu

"Bahwa pengurus bisa memposting meme, video ceramah, dan bebagai hal tentang NU didalamnya."[12]

Dalam kelompok memosting antara lain terdapat perencanaan memosting, produksi atau pelaksanaan memosting

"Di Arus Informasi Santri Jawa Timur yang menjadi admin 3 anak, yaitu saya, mbak Naqibah, dan mas Faisol."[13]

Meraka yang mengelola akun bila terjadi seuatu yang tidak diinginkan mereka yang memutuskan.

"Bahwa di dalam Arus Informasi Santri semua yang berada di media sosial boleh memosting video meme yang berkaitan dengan santri tetapi sama admin terus dipantau."[14]

Pemberian wewenang dilakukan oleh admin kepada anggota komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur untuk memosting foto atau video yang bermafaat sehinggga tujuan dapat tercapai.

"Kami biasa menjalin hubungan dengan anggota lewat diskusi mas atau dalam event-event untuk mewujudkan harmonisasi dan sinkronisasi yang baik maka diperlukan adanya hubungan atau koordinasi antara pengurus dan anggota"[15]

Adanya hubungan tersebut maka setidaknya dapat mencegah ketegangan atau konflik yang mungkin bisa terjadi. Dalam menjalankan perjalinan hubungan antara anggota dan pengurus dalam komunitas Arus

[12] Ulinnuha Lazulfa Wakhusna Ma'aab, *Wawancara* ,Ponorogo, 25 Mei 2019.
[13] Naqibatin Nadiriyah, *Wawancara*, Lamongan, 30 Mei 2019.
[14] Anifatul Jannah, *Wawancara*, Surabaya, 1 Mei 2019.
[15] Ulinnuha Lazulfa Wakhusna Ma'aab, *Wawancara* ,Ponorogo, 25 Mei 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Informasi Santri Jawa Timur selalu mengedepankan sikap saling terbuka dan memberikan kebebasan kepada anggota dan pengurus untuk memosting.

Dari uraian kebijakan diatas, penulis menyimpulkan bahwa kebijakan yang dilakukan pada progam di media sosial komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur pada dasarnya sudah cukup baik. Yaitu baik anggota atau pengurus boleh dalam progam tersebut, untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

3. Kontribusi Manajemen Dakwah Perspektif Komunitas Arus Informasi Santri di Media sosial Era Milenial

Kontribusi yang diterapkan pada media sosial komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur adalah sebagai berikut:

"pemberian wawasan, menceritakan bagaimana sesungguhnya komunitas Arus Informasi Santri sendiri, supaya ada nanti ada re-generasi yang meneruskan perjuangan mas."[16]

Dalam proses kontribusi, santri adalah subjek utama yang merupakan unsur terpenting dalam suatu komunitas. Pada dasarnya komunitas media sosial bukanlah suatu pekerjaan yang mudah. Mengatur santri biasanya sangatlah sulit, karena santri memiliki pengetahuan, pengalaman dan selera yang berbeda. Pengurus haruslah mampu atau mempunyai seni untuk menggerakkan santri, dan juga diperlukan santri korda yang memiliki keterampilan manajemen dengan gaya kepemimpinan yang sesuai dan dapat diterapkan.

[16] Abdul Fatah, *Wawancara*, Surabaya, 29 April 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam memberikan motivasi kepada pada anggota seorang korda melakukan dengan cara: mengikut sertakan seluruh pengurus pada media sosial komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur dalam pengambilan keputusan. Pemberian informasi yang lengkap mengenai pekerjaan dan seluk beluk progam yang dikerjaan. Dengan adanya informasi ini akan memudahkan para anggota dan pengurus untuk mengetahui tugas-tugasnya dalam setiap kegiatan, sehingga dapat menjalankan dengan rasa penuh tanggungjawab serta memiliki kemantapan dan kepastian dalam mengerjakannya.

"Keahlian yang pertama di utama di Arus Informasi Santri Jawa Timur agar sesuai dengan bakat dan meningkatkan skill teman-teman mas."[17]

Pemilihan dan penempatan tenaga-tenaga media sosial komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur disesuaikan dengan bakat, kemampuan dan keahliannya.

Suasana yang menyenangkan juga dapat meningkatkan hasil kerja santri, sebab dalam kondisi yang baik santri dapat berfikir dan bekerja secara optimal. Suasana yang menyenangkan dapat timbul karena adanya hubungan yang sesuai antara santri yang satu dengan yang lainnya serta penerapan yang cukup.

Selain suasana yang menyenangkan, hal yang perlu dilakukan di media sosial komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur dalam menggerakkan para santri yaitu dengan memberikan iklim yang harmonis diantara pengurus dan anggota memberikan kebebasan berkreativitas yang

[17] Ulinnuha Lazulfa Wakhusna Ma'aab, *Wawancara* ,Ponorogo, 25 Mei 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dinamis, memberikan sistem yang fleksibel, mekanisme kontrol yang efektif, saling asah, asih dan asuh, memberikan suasara kerja diatas kesadaran bukan ketakutan dan yang paling utama menerapkan sikap jujur dan terbuka.

"Kami selalu menjaga dalam postingan mas, disini juga pengurusnya rata-rata dari pondok. Jadi InsaAllah sudah banyak pengetahuannya. Sehingga bisa membedakan nama yang baik dan tidak. Sehingga tidak menimbulkan konflik."[18]

Untuk mewujudkan sinkronisasi diperlukan adanya hubungan atau koordinasi antar pengurus. Dengan adanya hubungan tersebut maka setidaknya dapat mencegah ketergangan-ketegangan atau konflik yang mungkin bias terjadi. Dalam perjalinan hubungan antara santri dalam progam di media sosial komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur dilakukan dengan cara kekeluargaan.

"Setiap ada kegiatan diposting dan kalau ada komentar ditanggapin dengan santai dan sabar dan apa adanya. Sehingga InsaAllah tidak akan konflik. Selama ini tidak mengalami masalah. Alhamdulillah mas."[19]

Komunikasi timbal balik antara pengurus dengan anggota sangat penting sekali bagi kelancaran proses kegiatan yang ada di media sosial komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur. Oleh karena itu, antara pengurus dan anggota perlu adanya komunikasi yang baik, untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman, ketidak percayaan dan saling curiga antara pengurus dan anggota.

[18] Anifatul Jannah, *Wawancara*, Surabaya, 1 Mei 2019
[19] Abdul Fatah, *Wawancara*, Surabaya, 29 April 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari uraian diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa media sosial komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur sangat penting dilakukan untuk memberikan motivasi atau dorongan para anggota untuk dapat melaksanakan tugasnya dengan baik, agar tujuan tersebut tercapai.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas Manajemen Dakwah komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur di media sosial, hasil analisis yang telah peneliti lakukan dalam pemaparan data yang tertuang dalam bab-bab sebelumnya, dan analisis sumber data pada bab-bab serta berguna menjawab permasalahan yang dirumuskan sebelumnya, maka penelitian dapat menyimpulkan dari permasalahan.

1. Konsep Manajemen dakwah komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur di media sosial yaitu menyampaikan ajaran Aswaja kepada santri, dengan cara digital.
2. Kebijakan Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur melalui manajemen dakwah di media sosial adalah dengan aturan tidak melanggar aturan etika bermedia sosial.
3. Kontribusi Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur melalui manajemen dakwah menggunakan media sosial mampu memberikan wawasan keagamaan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi.

B. Saran

Berikut ini ada beberapa saran yang peneliti bisa berikan baik dari peneliti ini atau pun pengalaman pribadi.

1. Akademis

   Penelitian memberikan saran kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai manajemen dakwah khususnya aktivitas yang terdapat dalam organisasi atau komunitas dakwah untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melihat media sosial, apakah manajemen sudah baik/ belum, hal ini berhubungan dengan efek manajemen dakwah.

2. Praktis

Penelitian ini dapat:

a. Memberikan informasi dan mendorong para aktivis untuk dapat mengola atau menejemen kelompok atau manajemen komunitas dan mengembangkan model manajemen dakwah yang bisa diterima di era milenial ini.
b. Dapat memberikan pengalaman manajemen dakwah dengan strategi yang dapat menarik perhatian komunitas atau organisasi dengan memanfaatkan manajemen dakwah yang dilakukan Komunitas Arus Informasi Santri Jawa Timur.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qardowi. Yusuf, *Membumikan Syari'at Islam*, Surabaya: Dunia Ilmu, 1999.

Anshari. *Pokok-Pokok Pikiran Tentang Dakwah Islam*, Jakarta: Interprises, 1999.

Asmuni. Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1983.

Aziz. Moh Ali, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.

Asmuni. Syukur, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al Ihlas, 1983.

Cangara. Hafied, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, cet. 1, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.

Dennis. McQuail, *Teori Komunikasi Masa: Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga, 1994.

Dhofier. Zamarjasyi, *Tradisi Pesantren*, Jakarta: LP3ES, 1996.

Djatmiko. Yayat Hayadi, *Perilaku Organisasi*, Bandung: Alfabeta, 2002.

Dydet. Hardjono, *Teori Organisasi dan Teknik Pengorganisasian*, Jarkarta: Raja Grafindo Persada, 2001.

Effendi. Mockhtar E.K, *Manajemen*: *Suatu Pendekatan Berdasarkan Ajaran Islam*, Jakarta: Bhatara Karya Aksara, 1986.

Effendi. Onong Uchanaja, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Cinta Aditya Bakti, 2003.

Fakhruji. Moch, *Dakwah Islam dan Inovasi Media: Peluang dan Ancaman Media Global Ats Dakwah Islam*, Jurnal Dakwah dan Komunikasi. Vol.4 No.1 Jamuari-Juni 2010.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasibun. Malayu SP, *Manajemen Pengertian dan Masalah*, Jakarta: CV. Haji Mas Agung, 1993.

https://twitter.com/hashtag/aisjawiwetan?lang=id diakses pada 28 Juni 2019

https://www.facebook.com/aisjw/ diakses pada 30 Juni 2019

https://www.instagram.com/aisjawiwetan/?hl=id diakses pada 25 Juni 2019

https://www.youtube.com/channel/UCBrruIvT3Wg9zWcD5ci6L3A diakses pada 20 Juni 2019

Ibnu. Syamsi, *Pokok-pokok Organisasi dan Manajemen*, Jakarta: Renika Cita, 1994.

Julitiasa. Djati dan Jhon Suprianto, *Manajemen Umum Sebuah Pengantar*, Yogyakarta: BPFE, 1988.

Mahmuddin. *Strategi Dakwah Terhadap Masyarakat Agraris*, Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 14, No.1, Juni 2013.

M. Muslimin, *Perkembangan Teknologi dalam Industri Media*, Jurnal Teknik Industri, Vol. 12, No.1, Februari 2011, Maunah. Bini, *Tradisi Intelektual Santri*, Cet.1, Yogyakarta: Teras, 2009.

Munir. Amin. Samsul, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah, 2009.

Ilahi. M. Munir dan Wahyu, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2009.

Manullang. M. *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta: Gadjah Mada University Press, 2005.

Mucthtarom. Zaini, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah*, Yogjakarta: Al-Amin Press, 1996.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nasrullah. Rusli, *Cyber Media*, Yogyakarta*:* Idea Press, 2013, Saefulloh. Aris, *Cyber dakwah Sebagai Media Alternatif Dakwah*, ISLAMICA, Vol.7, No.1, September, 2012.

Nurdin. N, *Penggunaan Media Massa Online dalam Berdakwah: Kemungkinan Adopsi dan Strategi Pemanfaatannya*, Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi, 2012.

Nurdin. N & Rusli, *Spiritualising New Media: The Use of Social Media for Da'wah Purposes within Indonesian Muslim Scholars*. Jurnal Komunikasi Islam, 2013.

Oemar. Toha Yahya R, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Mizan, 1997.

Onong. Uchayana Effendi, *Dimensi-dimensi Komunikasi*, Bandung: Alumni, 1981.

Shaleh. Abd. Rosyad, *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: Bulan Bintang, 1977.

Sulthon. Muhammad, *Menjawab Tantangan Zaman, Desain Ilmu Dakwah, Kajian Ontologis, Epistemologis, dan Aksiologis*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Bekerjasama dengan Walisongo Press, 2003.

Sutarti, *Dasar-dasar Organisasi*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1985.

Prastowo. Andi, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, Cet.1, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011.

Qomar. Mujammil, *Pesantren Dari Transformasi Metodologi Menuju Demoktatisasi Institusi*, Jakarta: Erlangga, 2008.

Terry. George R, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Jakarta: Bumi Aksara, 2003.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id