

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kehidupan masyarakat semakin dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi. Radio, televisi, internet, media sosial, dan lainnya mulai dikenal oleh masyarakat. Media sosial adalah salah satu bentuk komunikasi yang menggabungkan kemajuan teknologi dan arus komunikasi. Media sosial menjadi bagian penting dari kehidupan modern, dan banyak orang, termasuk individu, lembaga, perusahaan, organisasi, dan komunitas, menggunakannya untuk berkomunikasi dan berbisnis. Media sosial adalah lingkungan *online* tempat orang dapat berkomunikasi, bekerja sama, berbagi, dan berinteraksi satu sama lain untuk membuat hubungan sosial. Pengakuan, komunikasi, dan kolaborasi adalah tiga jenis makna sosial.<sup>1</sup>

Kegiatan yang biasa dilakukan secara langsung, seperti berbelanja, kini dapat dilakukan hanya dengan menggunakan media sosial. Selanjutnya, mereka dapat melakukan siaran langsung melalui media sosial, termasuk berbicara melalui *chat* dan melakukan *video call*. Promosi dan iklan juga dapat dilakukan di media sosial, dengan distribusi yang luas, tetapi biayanya tidak setinggi jika melakukannya melalui media lainnya. Salah satu keuntungan utama media sosial adalah penyebaran informasi yang lebih luas, cepat, dan mudah. Beberapa contoh media sosial modern adalah Instagram, Facebook, YouTube, WhatsApp, dan lain-lain.<sup>2</sup>

Sudah jelas bahwa memanfaatkan media sosial setiap orang dapat mempermudah mencapai suatu tujuan. Media sosial tidak hanya menjadi tempat individu berinteraksi secara bebas dan terbuka, tetapi juga dapat menjadi tempat mereka membentuk eksistensi mereka sendiri. Sebab, dengan kemudahan yang ditawarkan oleh internet, masyarakat mulai gemar menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka.

Organisasi membantu sekumpulan atau kelompok orang mencapai tujuan tertentu.<sup>3</sup> Mereka berusaha untuk mencapai tujuan

---

<sup>1</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama media, 2015), 33.

<sup>2</sup> Andika Romadani, "Peran Media Sosial dalam Dakwah Islam Nahdlatul Ulama (Instagram @Nuonline\_id)," *Prosiding Jurnalistik* 7, (2018): 329.

<sup>3</sup> Sutarto, *Dasar-Dasar Organisasi* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006), 40.

tersebut dengan berbagai cara. Strategi komunikasi adalah kombinasi teknik untuk merencanakan dan mengendalikan komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>4</sup>

Organisasi Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama (IPNU) dan Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPNU) Ranting Desa Mojoagung adalah salah satu organisasi yang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi untuk memengaruhi orang lain. IPNU IPPNU adalah organisasi kemasyarakatan pemuda yang merupakan bagian penting dari potensi generasi muda Indonesia. Organisasi ini berfokus pada pembinaan remaja, terutama remaja, santri, remaja, dan mahasiswa. Keberadaan IPNU IPPNU bergantung pada empat pilar utama ini, yang harus dikembangkan secara dinamis untuk memenuhi tuntutan pertumbuhan. Kegiatan IPNU IPPNU berasal dari kreativitas pengurus saat merencanakan kegiatan dakwah.<sup>5</sup>

IPNU IPPNU adalah tempat berkumpul bagi pelajar dan santri Nahdlatul Ulama. Selain itu, sebagai alat atau *platform* untuk meningkatkan sumber daya manusia (SDM), pendidikan, dan pengalamannya, serta sebagai pendukung nilai-nilai NU di kalangan pelajar, santri, dan remaja untuk kepentingan bangsa Indonesia. Sebagai organisasi kaderisasi, IPNU IPPNU harus selalu mengembangkan program kaderisasi yang dapat diterapkan di seluruh tingkatan organisasi.<sup>6</sup> Pengurus IPNU IPPNU Ranting Mojoagung menggunakan media sosial untuk mendukung keberhasilan dalam kaderisasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan organisasi IPNU IPPNU. Media sosial juga digunakan untuk mendorong anggota lain untuk menjadi lebih aktif dalam organisasi.

Instagram dan Facebook juga digunakan untuk mengembangkan organisasi. Sebab, kebutuhan berorganisasi tidak hanya mewujudkan cita-cita organisasi melalui kegiatan dan proses pengkaderan, tetapi juga memperluas anggota dan memperkenalkan nama organisasi kepada publik. Proses pengkaderan anggota semakin mudah jika organisasi sudah dikenal oleh masyarakat luas.

Dengan menggunakan akun Instagram, organisasi IPNU IPPNU di Ranting Desa Mojoagung dapat mewujudkan cita-cita dan mengembangkan organisasi. Mengunggah foto dan video adalah cara

---

<sup>4</sup> Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi* (Bandung: Penerbit PT. Citra Bakti, 1993), 301.

<sup>5</sup> Rofik Kamilun, *Buku Saku IPNU-IPPNU Provinsi Jawa Tengah*. (Semarang: Adi Offset, 2011), 24.

<sup>6</sup> Rofik Kamilun, *Buku Saku IPNU-IPPNU Provinsi Jawa Tengah*. (Semarang: Adi Offset, 2011), 24.

untuk menjadi mudah dikenal oleh orang lain. ditambah dengan fitur desain yang menarik, dapat membuat komunikasi lebih mudah dan memanjakan pengguna. Status dan foto Instagram seseorang akan menampilkan identitas mereka. Sama halnya dengan menyampaikan dakwah serta pesan yang memberi motivasi memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat di Instagram antara lain mengunggah video dan foto dilengkapi dengan judul atau caption yang menarik serta tidak terkesan menyudutkan atau menggurui. Fitur Instagram lainnya yang digunakan adalah hastag atau tagar agar program yang dibuat dapat tersebar luas dan dengan mudah dicari atau ditemukan.

IPNU IPPNU adalah organisasi sosial kemasyarakatan dan keislaman yang berhaluan Ahlussunah Wal Jamaah (ASWAJA). Tujuan organisasi IPNU IPPNU adalah syiar Islam dan dakwah remaja. Sebaliknya, tujuan IPNU IPPNU adalah untuk mengajarkan nilai-nilai keislaman dan nilai-nilai perjuangan melalui organisasi mereka. Dalam sejarah Nahdlatul Ulama, Ahlussunah Wal Jamaah selalu menjadi perdebatan dalam proses pengkaderan di semua tingkatan. Semua ini dilakukan dengan tujuan meningkatkan pemahaman anggota tentang ajaran Islam. Media sosial sangat cocok untuk dakwah dan pengajaran Islam.

Konflik permasalahan yang sedang dihadapi oleh masyarakat merupakan permasalahan yang pula dihadapi oleh umat Islam. Tantangan dakwah di era globalisasi sangat kompleks karena manusia mempunyai kesamaan untuk menyatukan gerak secara global dengan bangsa-bangsa di dunia. Hal ini dapat mengakibatkan pergeseran nilai dalam masyarakat yang jauh dari norma-norma Islam. Oleh karena itu, diperlukan strategi dakwah yang mampu memberikan ajaran Islam pada masyarakat agar mampu mengantisipasi persoalan hidupnya. Perkembangan teknologi, terutama teknologi internet, tidak dapat dipungkiri akan membawa perubahan yang relatif mendasar dan menjadi media untuk transformasi ilmu pengetahuan secara efektif.<sup>7</sup>

Kehadiran internet yang digunakan sebagai media dakwah, diakui atau tidak, memang telah memberikan manfaat yang luar biasa. Jika dulu penulisan Al-Qur'an dilakukan pada pelepah kurma, batu, daun, kulit serta tulang binatang, maka sekarang tidak hanya melalui kertas, bahkan mampu dilakukan melalui internet. Tidak hanya ayat-ayat Al-Qur'an serta goresan pena bernafaskan keislaman yang dapat dipasarkan melalui internet, tetapi juga alunan indah ayat-

---

<sup>7</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011), 9.

ayat Al-Qur'an yang dibacakan qori-qoriah, beserta *tabligh* para *mubaligh* dengan kehebatan retorikanya.<sup>8</sup>

Para juru dakwah yang mengangkat pena dengan menulis dan mengembangkan pesan-pesan keislamannya pada internet, kian hari kian bertambah banyak. Dari mulai pesan singkat berupa postingan pada media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan rekaman ceramah yang disebar serta ditayangkan di Youtube. Apa pun cara dakwah yang dilaksanakan pada alam nyata sudah mampu ditampilkan pada alam maya menggunakan begitu persisnya. Alhasil, internet telah menjadi daerah dakwah yang begitu penting pada kerangka *amar ma'ruf nahi munkar*, serta *amantu billah* yang menjadi misi primer dakwah Islam. Penyampaian dakwah melalui Instagram ini dianggap efektif karena telah mengikuti aspek-aspek penggunaan media sosial untuk berdakwah yang meliputi komunikasi, konten, dan kolaborasi. Komunikasi dapat terjadi ketika komunikator atau admin akun dakwah tersebut mengunggah konten yang berisikan pesan-pesan dakwah yang nantinya dapat menimbulkan feedback berupa komentar dari komunikan atau pengikut akun dakwah tersebut atau pemirsa konten dakwah tersebut.

Dakwah menjadi kewajiban yang harus dilaksanakan oleh umat Islam adalah ikhtiar dan usaha yang tidak mengenal henti. Di sisi lain, dakwah juga berhadapan dengan masyarakat yang bergerak maju dan terus berubah, sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi, dan peradaban umat manusia yang terus melaju pesat. Oleh karena itu, penggunaan media internet sebagai media dakwah pada era sekarang ini merupakan sesuatu yang penting serta mutlak, melengkapi media-media lainnya yang sudah digunakan selama ini.<sup>9</sup>

Untuk mencapai keberhasilan dakwah Islam secara maksimal, maka diperlukan banyak sekali faktor penunjang, di antaranya strategi yang sempurna, sehingga dakwah Islam mengena sasaran. Selain itu, juga harus mempertimbangkan proses dakwah yang didasarkan atas usaha untuk mengembangkan sebuah kesadaran, kemauan, keahlian, dan keterampilan para elemen dakwah supaya proses dakwah berjalan secara efektif serta efisien.<sup>10</sup> Arus informasi dakwah di konten Instagram @aisnusantara dalam dakwah

---

<sup>8</sup> Enjang Muhaemin, *Dakwah Digital Akademisi Dakwah, Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no 2, (2017): 346.

<sup>9</sup> Enjang Muhaemin, *Dakwah Digital Akademisi Dakwah, Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no 2, (2017): 346.

<sup>10</sup> Komaruddin, *Ensiklopedia Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1994 ), 539.

menggunakan media online, yakni Instagram, Facebook, YouTube, dan WhatsApp. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisis strategi arus informasi dakwah pada konten Instagram @aisnusantara dengan judul penelitian “Strategi Dakwah Santri IPNU IPPNU melalui Konten Instagram @aisnusantara di Desa Mojoagung Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati”

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian memuat rincian pernyataan mengenai cakupan atau topik pokok yang akan diungkap dalam penelitian. Sesuai dengan judul, maka fokus penelitian ini adalah “Strategi Dakwah Santri IPNU IPPNU melalui Konten Instagram @aisnusantara di Desa Mojoagung Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati”

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi dakwah dalam konten Instagram @aisnusantara?
2. Bagaimana implementasi dakwah melalui media sosial Instagram @aisnusantara oleh santri IPNU IPPNU Desa Mojoagung Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati?

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, berikut tujuan penelitian.

1. Mengetahui dan menganalisis strategi dakwah dalam konten Instagram @aisnusantara.
2. Mengetahui implementasi dakwah melalui media sosial Instagram @aisnusantara oleh santri IPNU IPPNU Desa Mojoagung Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati.

## **E. Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap penelitian ini dapat berguna bagi banyak pihak di kemudian hari. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Teoretis  
Dapat menambah pengetahuan dan wawasan terutama terkait dengan masalah dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan bahan bacaan atau literatur tambahan bagi

peneliti-peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap bidang kajian ini.

2. **Manfaat Praktis**

Dapat dijadikan bahan masukan mengenai penerapan komunikasi kelompok dalam membangun proses interaksi sosial dalam menjalin hubungan solidaritas, sehingga diharapkan dapat membuat kelompok dengan solidaritas yang tinggi.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing maupun yang saling berhubungan, sehingga nanti akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan peneliti susun.

1. **Bagian Awal**

Bagian awal ini, terdiri atas: halaman judul, pengesahan skripsi, halaman persetujuan pembimbing skripsi, halaman persembahan, kata pengantar, halaman daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar (jika ada).

2. **Bagian Isi**

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab satu dengan bab lainnya saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut.

**BAB I Pendahuluan.** Bab ini meliputi latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II Kajian Pustaka.** Bab ini berisikan kajian teori-teori yang menjadikan landasan dalam kegiatan penelitian yang mencakup tentang deskripsi teori, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

**BAB III Metode Penelitian.** Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

**BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.** Bab ini berisi hasil penelitian yang telah dilakukan beserta dengan pembahasannya.

**BAB V Penutup.** Bab ini berisi simpulan, dan saran.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini berisi daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan peneliti, dan lampiran.

