

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Keadaan Geografis Desa Mojoagung Trangkil Pati¹

Kabupaten Pati merupakan salah satu kota kecil di Indonesia. Kabupaten Pati mempunyai luas wilayah 1.503,68 km². Dengan jumlah penduduk mencapai 1.349.172 pada akhir tahun 2021(BPS, 2021). Adapun batas wilayah Kabupaten Pati sebagai berikut.

- a) Sebelah Utara berbatasan dengan Laut Jawa dan Kabupaten Jepara.
- b) Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Rembang.
- c) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Purwodadi dan Blora.
- d) Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Kudus.

Desa Mojoagung adalah desa yang berlokasi di Kecamatan Trangkil, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Desa ini berjarak 3 km dari pusat Kecamatan Trangkil dan berjarak 15 km dari ibu kota Kabupaten Pati. Topografi wilayah Desa Mojoagung yang merupakan dataran rendah membuat desa ini potensial menjadi wilayah pertanian. Sehingga tak heran jika mayoritas penduduk Desa Mojoagung berprofesi sebagai petani. Namun, ada sebagian besar penduduk lainnya juga ada yang berprofesi sebagai nelayan, buruh, pedagang, hingga pegawai negeri. Wilayah Desa Mojoagung dikelilingi oleh daerah-daerah lain yang menjadi batas wilayahnya.

Batas-batas wilayah tersebut yaitu sebagai berikut.

- a) Batas Utara : Desa Sidomukti Kecamatan Margoyoso
- b) Batas Selatan : Desa Ketanen Kecamatan Trangkil
- c) Batas Barat : Desa Tegalharjo Kecamatan Trangkil
- d) Batas Timur : Desa Karangwage Kecamatan Trangkil

Wilayah Desa Mojoagung terdiri atas tiga pedukuhan, yaitu.

- a) RW 01 : Dukuh Poehbangu
- b) RW 02 : Dukuh Mojosemi
- c) RW 03 : Dukuh Banyu Biru

¹ Karang Taruna Mojoagung, “*Sejarah Singkat Desa Mojoagung Trangkil Pati*”, Karang Taruna Mojoagung (blogspot), 23 November, 2023, <https://ktwirADNarmamjg.blogspot.com/2023/03/sejarah-singkat-desa-mojoagung-trangkil.html>

2. Sejarah Singkat Desa Mojoagung Trangkil Pati

Di Kabupaten Pati Jawa Tengah, ada sebuah cagar budaya bersejarah yang sampai saat ini masih lestari keberadaannya yaitu Sendang Eyang Sukmoyono yang berlokasi di Desa Mojoagung, Kecamatan Trangkil. Mengenai awal mula ada petilasan Eyang Sukmoyono itu, dahulu saat perseteruan antara Kadipaten Parang Garudo dengan Kadipaten Carang Soko. Kadipaten Carang Soko dibantu Kadipaten Mojosemi. Sehingga dengan kekalahan Kadipaten Parang Garudo menjadi bersatunya beberapa kadipaten yang dinamakan Kadipaten Pesantenan.

Sendang ini muncul ketika penggawa kerajaan Majapahit menebarkan benih di lokasi. Setelah benih tersebut tumbuh tiba-tiba mengeluarkan air yang sangat banyak, lokasi itu pun menjadi sumber mata air yang sangat besar sampai seperti lautan. Melihat fenomena itu, penggawa Majapahit berupaya agar daratan ini tidak berubah menjadi lautan. Benih tumbuhan tersebut yaitu tumbuh pohon kayu mojo dan pohon kayu asem. Kedua batang pohon yang berhasil tumbuh itu melilit dan menjadi satu, sehingga dinamakan Mejasem.

Di samping itu, awal nama Mojoagung waktu menanam pohon tersebut terdapat sumber mata air yang besar (Agung) di tempat itu lalu dinamakan Mojoagung. Pada waktu itu, saat sumber air meluap dahsyat, penggawa Majapahit akhirnya kewalahan dan tak mampu menanggulangnya. Lalu ada ular besar dari Desa Karang Legi Kali Garan yang memutar sumber air yang meluap, pada saat kepalanya berada di sendang tersebut lalu ditancapkan pusaka cambuk, yang sekarang dinamakan Segaran.

Sampai sekarang petilasan Eyang Sukmoyono terus dilestarikan dan banyak didatangi masyarakat setempat untuk berziarah dan ngalap berkah. Setiap wulan Apit (bulan hitungan dalam penanggalan Jawa) dilaksanakan kegiatan tahunan yaitu Sedekah Bumi dan banyak dari masyarakat yang berjualan seperti halnya haul. Dengan kegiatan tahunan tersebut masyarakat bisa mengetahui sejarah dan budaya

yang ada di Kabupaten Pati salah satunya adalah sendang petilasan Eyang Sukmoyono.²

3. Profil Sejarah Berdirinya IPNU IPPNU di Desa Mojoagung

IPNU IPPNU adalah bagian dari santri keagamaan Nahdlatul Ulama, santri ini bernama Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama dan biasa disingkat dengan singkatan IPNU. Santri IPNU ini adalah santri yang menghimpun pelajar NU yang berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan IPPNU merupakan singkatan dari Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama, santri ini menghimpun kaum pelajar yang berjenis kelamin perempuan. Organisasi IPNU IPPNU ini bersifat keterpelajaran, kekeluargaan, kemasyarakatan, dan keagamaan.

Organisasi Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama dan Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama berfungsi sebagai tempat perjuangan kaum pelajar NADNlatu Ulama dalam mempersiapkan kader-kader penerus perjuangan Nahdlatul Ulama dalam melaksanakan serta mengembangkan ajaran Islam yang berdasar *Ahlu Sunnah Wal Jama'ah* untuk melanjutkan semangat jiwa dalam memperjuangkan nilai-nilai Nahdliyah. Organisasi IPNU-IPPNU juga sebagai tempat untuk menjalin dan memperkuat ukhuwah Nahdliyah, *Islamiyah, Insaniyah, dan Wathoniyah*.³

Sejarah awal mula berdirinya santri IPNU IPPNU di Desa Mojoagung yaitu dengan inisiasi Rekan Karmanto dan Rekanita Endah Wulan Sari pada tahun 2017. Sambil berjalannya waktu dalam mencari anggota baru, strategi beliau yaitu dengan menyebarkan sebuah undangan perkumpulan yang ditujukan kepada teman-teman se-Desa Mojoagung yang dikenalnya. Acara perkumpulan tersebut dilaksanakan di Masjid Al-Muttaqin yang bertempat di Dukuh Poehbangu, setelah semuanya berkumpul jadi satu di Masjid, kemudian Rekan Karmanto menyusun struktural kepemimpinan IPNU IPPNU. Pada saat itu juga, Rekan Karmanto menjabat sebagai ketua IPNU pertama dan Rekan Lathif sebagai wakil ketua IPNU, sedangkan Rekanita Rukati

² Karang Taruna Mojoagung, “*Sejarah Singkat Desa Mojoagung Trangkil Pati*”, Karang Taruna Mojoagung (blogspot), 23 November, 2023, <https://ktwirADNarmamjg.blogspot.com/2023/03/sejarah-singkat-desamojoagung-trangkil.html>

³ Rofik Kamilun, *Buku Saku IPNU-IPPNU Provinsi Jawa Tengah*. (Semarang: Adi Offset, 2011), 31.

sebagai ketua IPPNU dan Rekanita Dewi sebagai wakil ketua IPPNU.⁴

Setelah struktural kepengurusan sudah terbentuk semua, supaya santri tersebut resmi, kemudian mengajukan permohonan rekomendasi tentang pengesahan susunan pengurus pimpinan ranting kepada PAC dan pengurus NU ranting untuk melanjutkan ke proses pelantikan. Saat proses pelantikan dilaksanakan, dihadiri oleh Kepala Desa Mojoagung, tokoh masyarakat, perwakilan dari Pimpinan Anak Cabang (PAC) Kecamatan Trangkil dan perwakilan IPNU IPPNU dari desa lain. Sebelum proses pelantikan berakhir, ada sebuah pementasan dari Grub Hadroh Syauquul Musthofa dari dukuh Mojosemi. Dan organisasi IPNU IPPNU Ranting Desa Mojoagung resmi berdiri pada tanggal 1 Oktober 2017.⁵

Strategi selanjutnya dalam merekrut anggota yaitu dengan mengadakan kegiatan yaitu dengan cara rutinan shalawatan maulid nabi di rumah-rumah anggota pada satu bulan sekali. Supaya organisasi ini dikenal oleh masyarakat, kemudian mengadakan kegiatan yasinan dan tahlil bersama apabila ada tetangga yang meninggal dunia. Untuk kegiatan tahunan santri ini mengadakan shalawat akbar yang biasanya mengundang Habib dan diiringi grub hadroh. Seiring berjalannya waktu organisasi IPNU IPPNU Desa Mojoagung ini semakin bertambah anggotanya dan mendapatkan respon yang baik dari masyarakat.⁶

⁴ Ardian Septi Nugraha, wawancara dengan penulis, 24 November, 2023, wawancara 1, transkrip.

⁵ Ardian Septi Nugraha, wawancara dengan penulis, 24 November, 2023, wawancara 1, transkrip.

⁶ Ardian Septi Nugraha, wawancara dengan penulis, 24 November, 2023, wawancara 1, transkrip.

4. Struktur Kepengurusan IPNU IPPNU Desa Mojoagung
SUSUNAN PENGURUS PIMPINAN RANTING
IKATAN PELAJAR NAHDLATUL ULAMA (IPNU)
DESA MOJOAGUNG TRANGKIL PATI
MASA KHIDMAT 2022-2024

Pelindung : Bp Susilo Budi Haryanto
 (Kepala Desa Mojoagung)
 : Pengurus Ranting Nahdlatul
 Ulama Desa Mojoagung
 : Bp Ahmad Syukron
 (Ketua PR NU Desa
 Mojoagung)

Pembina : 1. Bp. Ali Nur Sholikin,
 S.Pd.I
 2. Bp. M Nur Cholís
 3. Bp. Nugroho Putra
 4. Bagus Suripto

Badan Pengurus

Harian:

Ketua : Ardian Septi Nugroho
 Wakil Ketua : Gesa Santiko Gumelar
 Sekretaris : Faidzun Ahmad Saputra
 Wakil Sekretaris : Nanda Febrian
 Bendahara : Rehan Maulana Zam Zam
 Wakil Bendahara : Rizky Choirul Anam

**Departemen-
 departemen**

Departemen Santri:

Koordinator : Faridh Nuafal Hardiansyah
 Anggota : Taufiqurrohman
 Chasan Kusfany
 Zaki Akmal Tamim

Departemen

Kaderisasi:

Koordinator : Danung Setiawan
 Anggota : Afrizal Khoirul Azra
 Yoga Riski Kusuma
 Samsul Arif

Departemen
Olahraga, Seni dan
Budaya :

Koordinator : Agung Laksono
Anggota : Naufal Misabahul Luthfi
Galang Dion Ardiansyah
Zaki Akmal Tamim

Lembaga-lembaga:

Lembaga Media:

Koordinator : Aditya Dwi Nugroho
Anggota : Naufal Rizki Ardiansah

Lembaga CBP (Corp
Brigade

Pembangunan):

Komandan DKR : Fariz Naufal Hardiansyah
Anggota : Khoirul Anas
Edi Raditya Pratama



SUSUNAN PENGURUS PIMPINAN RANTING
IKATAN PELAJAR PUTRI NAHDLATUL ULAMA
(IPPNU)
DESA MOJOAGUNG TRANGKIL PATI
PERIODE 2022-2024

Pelindung : Bp Susilo Budi Haryanto
(Kepala Desa Mojoagung)
: Pengurus Ranting Nahdlatul Ulama Desa
Mojoagung
: Bp Ahmad Syukron
(Ketua PR NU Desa Mojoagung)

Pembina : 1. Ibu. Suwarni, S. Pd. I
2. Ibu. Supriyanti, S. Pd. I
3. Asti Wulaningrum

Badan Pengurus
Harian:

Ketua : Zulia Esti Wedaningtyas
Wakil Ketua : Ananda Khoirul Putri
Ramandhani

Sekretaris : Rofi'atul Khasanah
Wakil Sekretaris : Dyah Ayu
Bendahara : Putri Sabrina
Wakil Bendahara : Nova Aryanti

Departemen-
departemen:

Departemen Santri:

Koordinator : Yuni Sofiatun
Anggota Nita Anggreeni
Sari Utami Anggraeny
Jessica Lestari
Sylvianingrum

Departemen
Kaderisasi:

Koordinator : Levya Vebri Antika
Anggota Jesnita Nur Nilam Salsabila
Rozita Dini RamADNani
Devita Dwi Rosalina

Departemen
Olahraga, Seni dan
Budaya :
Koordinator : Devi Ayu Artanti
Anggota Rizka Khoinur Izzati
Putri Laila Novilia
Ainur Nur Rohmah

Lembaga-lembaga:
Lembaga Ekonomi
Koordinator : Nurma Linda
Anggota Siti Khariroh

5. Program Kegiatan IPNU IPPNU Desa Mojoagung

- a. Rutinan sholatan
- b. Safari maulid
- c. Yasinan
- d. Tahlil kematian
- e. Ngaji bareng
- f. Tour dan bakti sosial
- g. Latihan rebana
- h. Seminar
- i. Khataman
- j. Santunan anak yatim
- k. Futsal
- l. Latihan karawitan
- m. Bagi-bagi takjil
- n. Peken siam (pasar ramADNan)

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Strategi Dakwah dalam Konten Instagram @aisnusanantara

Kegiatan dakwah menggunakan media sosial saat ini menjadi tren di lingkup masyarakat, karena masyarakat dalam kesehariannya banyak menghabiskan waktunya dengan menggunakan *gadget (handphone)*. ASN selaku ketua IPNU Desa Mojoagung dalam wawancara dengan penulis menjelaskan bahwa kegiatan dakwah yang dilakukan oleh IPNU IPPNU Desa Mojoagung lebih condong menggunakan media sosial khususnya Instagram, di karenakan pada zaman sekarang kebanyakan anak

muda lebih bergantung pada gadget, jadi penyampaian dakwah bisa langsung di terima lewat media sosial.⁷

Pernyataan dari ASN diperkuat dengan pernyataan dari ADN selaku Tim Media, bahwasannya penyampaian dakwah melalui media sosial Instagram lebih bisa diterima langsung oleh anak muda. Oleh karena itu, kita mencontoh strategi yang dilakukan oleh akun Instagram @aisnusantara, mulai dari segi desain maupun jenis konten yang telah di unggah, yang kemudian kami terapkan pada manajemen media sosial IPNU IPPNU Desa Mojoagung.⁸

Berdasarkan pernyataan yang sudah dipaparkan, diketahui bahwa strategi dalam berdakwah IPNU IPPNU Desa Mojoagung saat ini menggunakan media sosial yang terfokus pada Instagram, hal tersebut sangat efektif digunakan dan dalam proses penyampaian pesan, dimana pesan mampu tersebar secara otomatis dan cepat, sehingga mempermudah proses penyebaran informasi serta mampu menjangkau khalayak umum.

Strategi yang digunakan oleh IPNU IPPNU Desa Mojoagung dalam mengembangkan dakwahnya yaitu dengan memanfaatkan media sosial Instagram. Selain itu, pihak IPNU IPPNU Desa Mojoagung juga menerapkan strategi dakwah sentimentil, rasional, dan indrawi. Berikut penjelasannya.

a. Strategi Sentimentil

Strategi sentimentil adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Memberi mitra dakwah nasihat yang mengesankan, ceramah keagamaan, dan memanggil dengan kelembutan merupakan metode yang dikembangkan dari strategi ini. Strategi ini dapat diaplikasikan melalui media sosial Instagram lewat konten dakwah yang diunggah dengan menggunakan fitur-fitur yang tersedia di Instagram.⁹

ADN menjelaskan bahwa fitur-fitur Instagram banyak digunakan oleh para pendakwah yang aktif mendakwahkan dakwahnya mereka di Instagram ataupun sosial media lainnya. Instagram bisa menjangkau banyak di kalangan anak muda, dan itu selaras dengan visi dan misi

⁷ Ardian Septi Nugraha, wawancara dengan penulis, 24 November, 2023, wawancara 1, transkrip.

⁸ Aditya Dwi Nugroho, wawancara dengan penulis, 24 November, 2023, wawancara 2, transkrip.

⁹ M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 352.

nya beliau yang ingin mengajak kepada kebaikan ke teman terdekat, keluarga, dan juga masyarakat luas.¹⁰

b. Strategi Rasional

Strategi Rasional adalah dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong *mad'u* untuk berpikir, merenungkan atas apa yang dilihat atau baca. Lewat diskusi juga merupakan metode dari strategi rasional.¹¹

ADN beserta tim media juga sering mengunggah konten berupa *repost*-an dari postingan beliau sendiri di Instagram *story*-nya untuk mengajak para pengikutnya di Instagram membaca caption dari postingan tersebut.¹²

c. Strategi Indrawi

Strategi Indrawi adalah sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada panca indera dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Di antara metode yang dihimpun oleh strategi ini adalah praktik keagamaan, keteladanan, tolong menolong membantu sesama dan beramal.¹³

Strategi Indrawi yang dilakukan ADN yaitu dengan mengunggah foto-foto kegiatan IPNU IPPNU Desa Mojoagung. Dengan mengunggah kegiatan tersebut lewat fitur Instagram *feed* dan Instagram *story* bukanlah semata-mata untuk pamer, tetapi bertujuan agar dilihat oleh pengguna Instagram lainnya agar menarik perhatian para *mad'u*.¹⁴

Instagram sendiri memiliki banyak fitur menarik yang ditawarkan untuk penggunanya. Dan dengan adanya fitur tersebut dapat membuat pengguna Instagram akan lebih dimudahkan dalam beraktivitas. Begitu pun dengan Santri IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati juga telah memanfaatkan beberapa fitur yang tersedia tersebut untuk memanfaatkan dakwah Islam. Seperti halnya pengguna media sosial lainnya, @aisnusantara memiliki strategi yang

¹⁰ Aditya Dwi Nugroho, wawancara dengan penulis, 24 November, 2023, wawancara 2, transkrip.

¹¹ M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 352.

¹² Aditya Dwi Nugroho, wawancara dengan penulis, 24 November, 2023, wawancara 2, transkrip.

¹³ M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 352.

¹⁴ Aditya Dwi Nugroho, wawancara dengan penulis, 24 November, 2023, wawancara 2, transkrip.

dianggap efektif untuk menarik minat masyarakat dan memberikan kemudahan dalam memahami informasi yang disampaikan dalam setiap unggahan. Dari sisi bentuk konten strategi yang digunakan yaitu bukan hanya sekedar membagikan konten gambar saja, akan tetapi dalam konten @aisnusantara juga memberikan sisipan kata atau teks sebagai penjelas konten unggahan.

ASN selaku ketua IPNU Desa Mojoagung dalam wawancara dengan penulis menjelaskan bahwa Instagram memang tidak menjadi kewajiban bagi santri kami, tapi dengan adanya media sosial tersebut, kami bisa sharing informasi dari kegiatan yang dilakukan di desa, juga untuk sekedar mengabarkan bahwa di desa kami juga sering mengadakan kegiatan IPNU, dengan harapan, pengguna Instagram yang lain bisa tertarik melihat kegiatan dakwah yang kami posting, untuk kemudian mereka ingin mengikuti kegiatan kami.¹⁵

Seperti yang telah dipaparkan diatas, salah satu manfaat media sosial Instagram ialah dapat dijadikan sebagai alat untuk berdakwah. Adapun strategi dakwah yang disajikan akun @aisnusantara sering kali dengan hanya menggunakan beberapa fitur saja, antara lain sebagai berikut.

1) Pemanfaatan Unggahan Gambar atau Foto

Gambar atau foto merupakan salah satu fitur yang diunggulkan oleh aplikasi atau media sosial Instagram. Karena pada dasarnya Instagram merupakan media sosial yang berbasis web, sehingga dapat membagikan gambar atau foto kepada masyarakat luas, yang sehingga dapat dilihat dan diakses secara efektif pada aplikasi Instagram itu sendiri. Walaupun memang rekaman lebih banyak digunakan, akan tetapi sorotan gambar tidak kalah banyak digunakan oleh para pengguna khususnya pada konten akun Instagram @aisnusantara.

2) Pemanfaatan Video

Konten video biasanya dapat lebih memudahkan *mad'u* untuk menerima segala pesan dakwah yang ingin disampaikan. Karena biasanya selain keterangan

¹⁵Ardian Septi Nugraha, wawancara dengan penulis, 24 November, 2023, wawancara 1, transkrip.

penjelas atau *caption* yang telah ditulis, di dalam video juga terdapat keterangan tambahan atau *subtitle* yang diberikan oleh admin. Dan biasanya video dibuat dari rekaman kegiatan yang kemudian di edit dengan maksud supaya video tersebut lebih menarik.

- 3) Pemanfaatan *Subtitle* atau Penjelasan
Subtitle berfungsi seperti penggambaran atau penjelasan dimana admin memberikan penjelas berupa kata-kata mengenai foto atau video yang telah diunggah. Setelah penulis mengamati, bahwasanya dalam setiap unggahan yang dibuat akun @aisnusantara menyertakan penjelas.
- 4) Pemanfaatan Fitur Cerita (*Story*)
Penulis mengamati bahwasanya, konten akun Instagram @aisnusantara lebih sering mengunggah *story* dari pada mengunggah foto atau video diberanda akun Instagram @aisnusantara, yang pastinya bisa bertahan lebih lama daripada dengan mengunggah hanya di *story* saja. Karena fitur cerita atau *story* hanya dapat bertahan 24 jam, yang kemudian secara otomatis akan menghilang sendiri setelah melewati 24 jam.¹⁶

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar dakwah di era digital kita bisa berjalan lebih efektif, di antaranya adalah sebagai berikut.

- a) Menentukan target audiens. Setelah menentukan target audiens, kita perlu menyediakan konten yang cocok untuk mereka secara konsisten, dan relevan. Jangan menentukan audiens terlalu luas apalagi jika tim kita adalah sebuah tim kecil.
- b) Memperhatikan rumus kuat konten, salah satunya adalah semakin personal konten akan semakin kuat. Seperti membuat konten tentang kisah seorang perempuan Afghanistan di tengah konflik. Kiprah perempuan pesantren.
- c) Kecepatan (timing) dan jangkauan. Kecepatan kita mengunggah suatu konten yang relevan dengan isu yang sedang hangat dapat meningkatkan jangkauan. "The media is the most powerful entity on earth, because they control the minds of the masses" yaitu

¹⁶ Arus Informasi Santri Nusantara, *Kitab Medsos* (Lamongan: CV. Belibis Pustaka Group, 2021), 38-39.

“Media adalah entitas yang paling berkuasa di dunia karena mereka mengendalikan pikiran masyarakat”.

- d) Belajar dari kesalahan-kesalahan sebagai bentuk evaluasi dan mengambil keputusan dari beberapa masukan. Seorang pembuat konten atau pegiat media saat ini harus menerima jika melakukan kesalahan, mengakuinya kemudian memperbaiki agar tidak mengulang kesalahan yang sama.¹⁷

Sebelum kita memulai sebuah dakwah di manapun tempatnya, jangan menyepelekan riset. Riset sebelum membuat konten ini memang penting. Kita harus menulis apa yang kita tahu, bukan dan tidak boleh menulis apa yang kita tebak-tebak. Karena tahapan sebelum menulis adalah melakukan riset, menulislah dengan memulai paragraf yang baik dan memperhatikan angel yang baik. Kita tidak perlu takut, gengsi, atau khawatir dalam belajar karena semua orang akan melakukan kesalahan.

Dalam menjaga semangat membuat konten, ada hal yang perlu kita lakukan yaitu meningkatkan kekuatan dalam tim, karena semakin tinggi kekuatan maka akan semakin tinggi juga semangat setiap orang di dalam tim. Hal tersebut salah satunya dilakukan dengan menjaga komunikasi dan koordinasi. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk sedikit mengubah pola pikir santri yang kurang terbuka. Analoginya seperti "tidak semua santri harus atau mau hafal Al-Quran", maka tidak semua santri harus melek digital. Hal terpenting di keluarga besar Nahdlatul ‘Ulama ada kader yang melek digital, atau ahli di bidang-bidang lainnya. Jangan terobsesi untuk membuat orang lain menjadi seperti kita, yang penting orang yang seperti kita (menguasai bidang yang sama dengan kita) ada dan cukup. Paling penting adalah kemampuan orang melek literasi digital, bukan mewajibkan setiap harus memiliki keahlian yang sama. Sebab kemampuan melek literasi digital ini hal dasar yang harusnya dimiliki oleh manusia yang hidup di era teknologi.¹⁸

¹⁷ Arus Informasi Santri Nusantara, *Kitab Medsos* (Lamongan: CV. Belibis Pustaka Group, 2021), 38-39.

¹⁸ Arus Informasi Santri Nusantara, *Kitab Medsos*, (Lamongan: CV. Belibis Pustaka Group, 2021), 42.

Selain itu penting adanya konsistensi. Kita butuh semangat dan komitmen. Salah satu cara agar semangat dan komitmennya terus adalah dengan kita merasakan manfaat atau mendapat intensif yang dapat memenuhi kebutuhannya. Revenue model (cara menghasilkan rezeki) dari ngonten harus ditemukan karena semua orang butuh topangan hidup. Jika konten kita bagus dan banyak diminati, kita bisa mendapatkan peluang ekonomi dari sana.

Suatu konten bisa dikatakan berhasil jika sesuai dengan tujuannya. Misalnya sesuai dengan target audiens, dapat menjangkau sesuai dengan yang kita inginkan. Sehingga sebelum membuat konten kita harus jelas siapa audiens yang akan kita tuju dan bisa mereka jangkauan tidak. Sebagai apapun kita membuat konten namun jika audiens kita tidak bisa menjangkaunya, maka sama saja pesan kita tidak akan sampai ke mereka. Konten kita akhirnya menguap begitu saja, karena konten yang berhasil juga bisa dibilang konten yang sampai pada audiensnya.¹⁹

2. Implementasi Dakwah melalui Media Sosial Instagram @aisnusantara oleh Santri IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati

Dunia pencitraan atau eksistensi dalam Instagram sangat jelas, apa yang ada pada Instagram dianggap sebagai gambaran real dari kehidupan nyata, apapun yang ada pada Instagram menjadi tuntunan hidup, oleh karenanya Instagram sudah menjadi cerminan bagi kehidupan nyata bagi penggunanya. Dari penelitian yang dilakukan dilapangan, diperoleh data bahwa santri IPNU IPPNU selalu menggunakan media sosial Instagram untuk kebutuhan publikasi kegiatan maupun informasi dalam ruang lingkup pengurus IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati.

Kebutuhan bermedia sosial memang bukan merupakan acuan utama. Akan tetapi, menjadi kebutuhan khusus ketika pelaku media sosial dihadapkan dengan suatu keadaan yang membuat mereka merasa jenuh. Ketika berada disituasi seperti ini, masyarakat milenial lebih memilih untuk tenggelam dalam dunia gadget untuk sekedar bermain game online, membaca status yang ada dalam media sosial atau mencari hiburan di internet untuk sekedar mengisi kekosongan.

¹⁹ Arus Informasi Santri Nusantara, *Kitab Medsos*, (Lamongan: CV. Belibis Pustaka Group, 2021), 43.

Kebiasaan untuk memainkan gadget zaman sekarang ini memang seakan menjadi hal yang lumrah. Masyarakat seakan tidak peduli dengan apa yang terjadi disekitarnya. Disisi lain, para pelaku usaha ataupun dari santri memanfaatkan hal ini, dengan menjadikan media sosial sebagai lahan untuk memperkenalkan usaha mereka, atau untuk mengajak ikut serta dalam kegiatan santri.

Media sosial dalam ranah santri IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati juga ikut memanfaatkan moment ini. Melihat masyarakat maupun remaja sekarang ini yang menjadikan media sosial sebagai medai pengisi waktu luang, media sosial IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati dijadikan sebagai wadah untuk memperkenalkan santri mereka, dan juga untuk menginformasikan bahwa santri IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati semakin eksis.

Instagram IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati dibuat tahun 2021. Sebelum dibuatnya akun intagram ini, dulu pernah membuat Instagram namun akun Instagramnya kena hack, dan kemudian membuat akun baru lagi dengan konten yang tertata. Secara struktural kepengurusan sudah lengkap, juga dari segi kegiatan pun sudah tersusun, lewat adanya rapat kerja yang diagendakan setiap tahun. Perbedaanya adalah sebelum dibuatnya akun Instagram, santri IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati seakan sepi kegiatan. Struktur pengurus dan program kerja walaupun sudah dibuat setiap tahun, santri ini hanya dikenal oleh sebagian kecil masyarakat, atau hanya sebatas sesama pengurus. Dari wilayah kecamatan bahkan sampai desa-desa tidak tahu sudah sejauh mana santri ini berkembang dan dari segi kegiatan pun tidak ada informasi yang menyeluruh.

Media berbasis web memang memiliki banyak sekali keunggulan, salah satunya adalah pengguna bisa mendapatkan data secara cepat dan dapat dilakukan di mana saja. Untuk situasi ini mad'u dapat dengan mudah mendapatkan unggahan-unggahan yang bernilai positif. Strategi yang dilakukan @aisnusantara juga dengan cara mengkomunikasikan pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam setiap unggahan, yang bertujuan untuk konsumsi kebaikan untuk disajikan pada mad'u. Untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam setiap unggahan akun @aisnusantara, admin atau kreator selalu menyebutkan fakta-fakta objektif mengenai makna yang terkandung dalam unggahan yang ada pada akun Instagram

tersebut yang kemudian dibuat rujukan oleh IPNU IPPNU Mojoagung Trangkil Pati.

Begitu juga dengan tujuan utama menggunakan media sosial Instagram adalah agar dapat memudahkan syiar dakwah santri IPNU IPPNU Mojoagung Trangkil Pati. Sesuai dengan Visi IPNU IPPNU yaitu “Terbentuknya putra-putri bangsa yang bertaqwa kepada Allah SWT, berilmu, berakhlak mulia, berwawasan kebangsaan, serta bertanggung jawab atas tegak, dan terlaksananya syariat Islam menurut paham *ahlusunnah wal jamaah* yang berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945.” Untuk mewujudkan tujuan dalam bersantri, dari pengurus berusaha memanfaatkan semua cara yang ada, dan yang mereka bisa lakukan.

Proses pemanfaatan Instagram juga didasari untuk mencapai tujuan santri. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, juga dari skill editing gambar dari pengurus, media Instagram digunakan untuk meningkatkan citra diri santri IPNU IPPNU. Dengan penyebaran informasi yang semakin meluas, santri IPNU IPPNU ingin mempertontonkan bahwa dalam santri ini, tidak hanya mempelajari tentang akidah, atau tentang pembahasan keagamaan. Kegiatan bersosial masyarakat, kegiatan untuk mengasah skill khusus, juga kegiatan untuk menunjang kebutuhan dari pengurus dan anggota ada dalam santri ini.

Dari postingan kegiatan di Instagram, fungsi informasi mengabarkan bahwa santri IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati mempunyai kegiatan yang bermanfaat. Dengan mengikuti kegiatan IPNU IPPNU juga bisa mendapatkan ilmu yang sesuai dengan ranah pelajar dan itu sejalan dengan fungsi pendidikan. Juga dari postingan-postingan dakwah di media sosial santri IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati mengharapkan bisa mengajak untuk bergabung dalam kegiatan-kegiatan positif.

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Strategi Dakwah dalam Konten Instagram @aisnusantara

Strategi dakwah dapat didefinisikan dalam dua kategori yakni strategi dakwah berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dan strategi dakwah dari perspektif pendekatan dakwah. Kedua

strategi tersebut tidak perlu digunakan secara linier, tetapi sebaliknya saling memperkuat atau berfungsi satu sama lain.²⁰

Strategi dakwah merupakan suatu proses pendidikan jangka panjang yang menggunakan prosedur sistematis dan terorganisir yang manajerialnya mempelajari pengetahuan konseptual dan teoretis untuk mencapai tujuan umum.²¹ Kemampuan untuk meningkatkan pengetahuan umum dan pemahamannya termasuk meningkatkan kemampuan teori mereka dan meningkatkan kemampuan mereka untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam menangani dakwah.²²

Strategi yang di gunakan oleh IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati dalam mengembangkan dakwahnya yaitu dengan memanfaatkan media sosial Instagram. Selain itu, pihak IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati juga menerapkan strategi dakwah sentimental, rasional, dan indrawi. Berikut penjelasannya.

a. Strategi Sentimentil

Fitur-fitur Instagram banyak digunakan oleh para pendakwah yang aktif mendakwahkan dakwahnya mereka di Instagram ataupun sosial media lainnya. Instagram bisa menjangkau banyak di kalangan anak muda, dan itu selaras dengan visi dan misinya beliau yang ingin mengajak kepada kebaikan ke temen terdekat, keluarga dan juga masyarakat luas.²³

b. Strategi Rasional

Mengunggah konten berupa *repost*-an dari postingan beliau sendiri di Instagram *story*-nya untuk mengajak para pengikutnya di Instagram membaca *caption* dari postingan tersebut.²⁴

c. Strategi Indrawi

Strategi Indrawi yang dilakukan ADN yaitu dengan mengunggah foto-foto kegiatan IPNU IPPNU Mojoagung,

²⁰ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 165.

²¹ Miftah Thoha, *Manajemen Kepegawaian di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2005), 91.

²² Anwar Prabu Mangkunegara, *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Bandung: Refika Dharma, 2003), 50.

²³ Aditya Dwi Nugroho, wawancara dengan penulis, 24 November, 2023, wawancara 2, transkrip.

²⁴ Aditya Dwi Nugroho, wawancara dengan penulis, 24 November, 2023, wawancara 2, transkrip.

Trangkil, Pati. Dengan mengunggah kegiatan tersebut lewat fitur Instagram *feed* dan Instagram *story* bukanlah semata-mata untuk pamer, tetapi bertujuan agar dilihat oleh pengguna Instagram lainnya agar menarik perhatian para *mad'u*.²⁵

Instagram sendiri memiliki banyak fitur menarik yang ditawarkan untuk penggunanya. Dan dengan adanya fitur seperti Pemanfaatan unggahan gambar atau foto, pemanfaatan video, pemanfaatan *subtitle* atau penjelasan, dan pemanfaatan fitur cerita (*story*) dapat membuat pengguna Instagram akan lebih dimudahkan dalam beraktivitas. Begitu pun dengan Santri IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati juga telah memanfaatkan beberapa fitur yang tersedia tersebut untuk memanfaatkan dakwah Islam. Seperti halnya pengguna media sosial lainnya, @aisnusantara memiliki strategi yang dijadikan rujukan oleh Santri IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati yang dianggap efektif untuk menarik minat masyarakat dan memberikan kemudahan dalam memahami informasi yang disampaikan dalam setiap unggahan. Dari sisi bentuk konten strategi yang digunakan yaitu bukan hanya sekedar membagikan konten gambar saja, akan tetapi dalam konten @aisnusantara juga memberikan sisipan kata atau teks sebagai penjabar konten unggahan.²⁶

Jadi dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi yang digunakan IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati sudah sesuai dengan strategi sentimental, strategi rasional, dan setrategi indrawi. Karena, instagram tersebut digunakan untuk mengembangkan dakwahnya dan memiliki fitur-fitur yang efektif untuk menarik minat masyarakat dan memahami informasi yang disampaikan disetiap unggahannya.

2. Analisis Implementasi Dakwah melalui Media Sosial Instagram @aisnusantara oleh Santri IPNU IPPNU Mojoagung, Trangkil, Pati

Eksistensialisme merupakan aliran yang melihat manusia pada eksistensinya, yakni sejauh mana keberadaannya diakui oleh masyarakat sekitarnya. Semakin diakui, maka semakin eksis. Aliran ini tidak memperhitungkan materi beserta atribut

²⁵ Aditya Dwi Nugroho, wawancara dengan penulis, 24 November, 2023, wawancara 2, transkrip.

²⁶ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook* (Jakarta: Media Kita, 2015), 45.

yang dimiliki seseorang sebagai nilai kemanusiaan. Pengakuan tentang eksistensi sebagai kebutuhan tertinggi manusia, jauh melampaui kebutuhan rasa aman, kebutuhan sandang, pangan, dan papan.²⁷

Eksistensi bukan hanya berarti ‘ada’ atau ‘berada’ seperti ‘ada’ atau ‘beradanya’ barang lain, akan tetapi eksistensi sebagai pengertian khusus hanya untuk manusia, yakni berada secara khusus manusia. Manusia yang dalam keberadaannya itu sadar akan dirinya sedang berada, berada di dunia dan menghadapi dunia, sebagai subjek yang menghadapi objek, bersatu dengan realitas sekitarnya.²⁸

Berkembangnya teknologi informasi pada era globalisasi ini memudahkan kehidupan manusia dengan bantuan internet. Semua orang dapat mengakses informasi dan berita dari penjuru dunia, mencari hiburan, dan berkomunikasi dengan mudah berkat kecanggihan internet. Manfaat internet sebagai sarana berbagi informasi, mencari hiburan, dan komunikasi semakin dipermudah dengan bantuan media jejaring sosial atau yang biasa disebut media sosial. Namun, semakin bertambahnya zaman, pengguna media sosial memanfaatkan teknik pemasaran dan periklanan dengan maksud untuk menyusun citra dan reputasi diri melalui peran media sosial. Berbagai unggahan dan aktivitas yang bertebaran di media sosial seakan-akan merupakan hasil manipulasi yang bertujuan untuk mengindahkan citra dan reputasi diri.

Berbagai *platform* media sosial memang dirancang untuk menarik perhatian penggunanya dengan membagikan berbagai aktivitas ekspresi diri yang ditujukan hanya untuk memperlihatkan sisi terbaik. Tidak hanya itu, saat ini media sosial juga menjadi *platform* ajang pamer topeng dan pencitraan diri yang dikemas untuk membentuk persepsi masyarakat terhadap dirinya. Tanpa disadari dunia maya menunjukkan kehidupan yang penuh akan tipu daya dan seakan-akan menutupi realitas kehidupan yang sesungguhnya.

Media sosial sebagai media baru memang menjadi sarana yang tepat dan efektif bagi banyak orang untuk menunjukkan diri atau santri didepan khalayak umum. Membangun citra diri

²⁷ Muhamad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2015), 101.

²⁸ Muhamad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2015), 101.

yang positif di media sosial merupakan salah satu bentuk personal branding, di mana diperlukan untuk memberikan gambaran akan kualitas diri yang berguna bagi kehidupan. Namun, membangun personal branding dan pencitraan merupakan dua hal yang berbanding terbalik.

Dilihat dari kemudahan menggunakan Instagram, media sosial tersebut menjadikan banyak sekali kemanfaatan untuk santri. Terlebih fitur-fitur yang disajikan bisa mempermudah dalam penyebaran dakwah yang eksis di era digital saat ini. Berbicara mengenai eksistensi dakwah di era digital, eksistensi dakwah diartikan sebagai keberadaan. Artinya eksistensi menjelaskan tentang penilaian ada atau tidak adanya pengaruh terhadap keberadaan tersebut. Jadi teori eksistensi tidak terlepas dari kebutuhan manusia.

Terdapat beberapa tahap dakwah di era digital yang memiliki kaitan dengan pemikiran filsafat eksistensialisme dari Kierkegaard sebagai berikut.

a. Tahapan Estetis

Pada tahap ini secara garis besar tim media santri IPNU IPPNU sudah memiliki pengalaman untuk memilih kesadaran dalam konten dakwah yang di unggah ke media sosial. Berbeda ketika dimana tahapan estetis ini termasuk dalam individu yang hanya melibatkan diri secara spontanitas. Sedangkan dakwah tidak masuk dalam tataran itu. Tim media santri IPNU IPPNU sudah mempunyai kesadaran untuk bertindak, baik dalam memutuskan sesuatu, memilih dan merubah pola pemikirannya dalam proses pembuatan konten dakwah.

b. Tahapan Etis

Terdapat kategori baik dan buruk pada tahap etis. Tim media santri IPNU IPPNU sudah memiliki tingkat integrasi untuk memenuhi tanggung jawab dan perannya sebagai pengelola media sosial. Pada tahapan etis ini juga bukan hanya membahas persoalan antara baik dan buruk saja, melainkan konten tersebut mempunyai nilai untuk menunjukkan keberadaan eksistensinya. Ketika tim media santri IPNU IPPNU memasuki tahap etis artinya juga memulai kesungguhan dalam menentukan pilihan yang ada, tim media dituntut untuk lebih cakup pada proses produksi konten dakwah yang nantinya akan diunggah ke media sosial khususnya Instagram sehingga dapat tersampaikan pada masyarakat.

c. Tahapan Religius

Ketika memasuki tahap religius, tim media santri IPNU IPPNU mulai menyadari bahwa terdapat pertimbangan baik dan buruk saja ternyata belum cukup dalam dakwah di era digital. Nilai kualitas terdapat pada individu yang memiliki relasi dengan sang Ilahi sebagai sosok yang merubah keyakinan imannya untuk secara penuh membutuhkan Allah. Dimana lompatan inilah sebagai tingkatan tertinggi seseorang dalam eksistensinya. Seterusnya, untuk mencapai tahap religius tersebut juga tidak hanya melakukannya dalam sekali saja melainkan harus diulangi terus-menerus sebagai suatu yang berterusan atau berterusan. Sebab, manusia tidak lagi mempersoalkan kebenaran objektif kerana pada tahap ini manusia tidak mengidamkan lagi pengertian dan kesaksian dari sesama manusia. Sebaliknya, kebenaran yang dihadapi manusia adalah kebenaran yang mutlak atau kebenaran yang hakiki.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pemertahanan eksistensi dakwah di era digital ini sudah layak karena sesuai dengan tahapan tahapan dakwah yaitu tahapan estesis ditunjukkan oleh pengalaman santri IPNU IPPNU dalam memilih konten-konten dakwah yang diunggah di *platform* Instagram, sesuai tahapan etis yakni ditunjukkan pada tingkat integritas untuk memenuhi tanggung jawab dan perannya, selanjutnya sesuai dengan tahapan religius yang ditunjukkan bahwa pertimbangan baik dan buruk saja ternyata belum cukup dalam dakwah di era digital. Nilai kualitas terdapat pada individu yang memiliki relasi dengan sang Ilahi.