

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLA *INSTAGRAM*
@ponpesriyadlatululum DALAM PENYAMPAIAN
INFORMASI DAN DAKWAH PONDOK PESANTREN
RIYADLATUL ULUM BATANGHARI 39B
LAMPUNG TIMUR**

Oleh:

LATIFAH ASMARANI

1904011016



Program Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1445 H/2024 M

**STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLA *INSTAGRAM*
@ponpesriyadlatululum DALAM PENYAMPAIAN
INFORMASI DAN DAKWAH PONDOK PESANTREN
RIYADLATUL ULUM BATANGHARI 39B
LAMPUNG TIMUR**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)

Oleh:

LATIFAH ASMARANI
NPM 1904011016

Pembimbing : Muhajir, M. Kom. I

Program Studi S1-Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H/2024 M**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725), Faksimili (0725) 47296, Website: www.fuad.metrouniv.ac.id, e-mail: fuad.iaim@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Hal : Permohonan Munaqosyah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

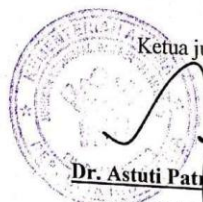
Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka skripsi yang telah di susun oleh :

Nama mahasiswa : Latifah Asmarani
NPM : 1904011016
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Yang berjudul : Strategi Komunikasi Pengelola Instagram @Ponpesriyadlatululum dalam Penyampaian Informasi dan Dakwah Pondok Pesantren Riyadlatul Ulum Batanghari 39b Lampung Timur

Sudah kami setuju dapat diajukan untuk dimunaqosyahkan, demikian harapan kami dan atas penerimaannya, saya ucapkan terima kasih.

Wasalamualaikum Warahmtullahi Wabarakatuh

Metro, 13 Juni 2023



Ketua jurusan KPI,

Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I

NIP. 197701182000032001

Mengetahui,

Dosen pembimbing

Muhajir, M. Kom. I

NIDN. 2010058302

PERSETUJUAN

Judul Skripsi :Strategi Komunikasi Pengelola Instagram
@Ponpesriyadlatululum dalam Penyampaian Informasi
dan Dakwah Pondok Pesantren Riyadlatul Ulum Batanghari
39b Lampung Timur

Nama : Latifah Asmarani

NPM : 1904011016

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqsyahkan dalam siding munaqsyah Fakultas Ushuluddin,
Adab dan Dakwah Institut Agama Negeri Metro.

Metro, 13 Juni 2024
Pembimbing,



Muhajir, M. Kom. I
NIDN. 2010058302



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725); Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metro.uiv.ac.id, e-mail: fuad.iaim@metrouiv.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Nomor: B-0742/In.28.4/PP.00-9/09/2024

Skripsi dengan judul : Strategi Komunikasi Pengelola Instagram @Ponpesriyadlatululum Dalam Penyampaian Informasi dan Dakwah Pondok Pesantren Riyadlatul Ulum Batanghari 39B Lampung Timur, disusun oleh : Latifah Asmarani, NPM 1904011016, Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam, telah diujikan dalam sidang skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah pada hari/tanggal : 14 Juni 2024 secara Offline.

TIM PEMBAHAS:

Ketua Sidang : Muhajir, M.Kom.I

Penguji I : Wawan Trans Pujiyanto, M.Kom I

Penguji II : Agam Anantama, M.I.Kom

Sekretaris : Mutia Tanseba A, M.Sos



Mengetahui

Dekan,



Dr. Aguswan Khotibul Umam, MA.

NIP. 19730801 199903 1 001

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLA *INSTAGRAM* @ponpesriyadlatululum DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI DAN DAKWAH PONDOK PESANTREN RIYADLATUL ULUM BATANGHARI 39B LAMPUNG TIMUR

Oleh:

Latifah Asmarani

Di zaman yang semakin maju, era digital menjadikan komunikasi memasuki babak baru. Teknologi yang semakin berkembang menjadikan internet lebih mudah di akses dan lebih diminati oleh halayak umum. Karena mempermudah berkomunikasi dan berinteraksi. Aplikasi pun sudah banyak dibuat untuk memadai teknologi tersebut. Salah satu layanan media bertukar informasi yang muncul karena adanya internet adalah *Instagram*.

Akun *Instagram* @ponpesriyadlatululum adalah salah satu sarana yang digunakan untuk menyebarkan informasi dan dakwah langsung dari Pondok pesantren. Saat ini akun @ponpesriyadlatululum memiliki 4.521 pengikut dengan 288 postingan. Strategi ini efektif dengan bukti bahwa banyaknya wali santri atau santri yang mendaftar Pondok pesantren tanpa melihat langsung keadaan Pondok pesantren. Namun, meskipun telah mengalami pasang surut dalam kehadirannya hingga saat ini, pemanfaatan *Instagram* masih belum maksimal. Terjadinya miskomunikasi antar divisi menyebabkan hanya sebagian orang saja yang menjalankan tugas dan sebagian lainnya tidak bekerja dengan maksimal karena merasa tidak diberikan tugas. Keterbatasan alat yang memadaipun juga menyebabkan tim sulit untuk meng-*explore* lebih luas tentang media terutama ketika ada *event* besar atau penting di pondok pesantren termasuk larangan untuk membawa alat elektronik bagi santri juga menjadi keterbatasan tim. Kekurangan sumber daya manusia yang benar benar menguasai di bidang media juga dirasa memberatkan suatu pihak dalam melakukan pekerjaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pengelola *Instagram* @Ponpesriyadlatululum dalam Penyampaian Informasi dan Dakwah di Pondok pesantren Riyadlatul Ulum. Metode yang digunakan penulis adalah metode kualitatif lapangan (*field research*) dimana penulis terjun langsung ke lapangan untuk menganalisis secara langsung. Dengan adanya penelitian lapangan maka peneliti akan menjabarkan secara luas dan menafsirkan strategi komunikasi yang digunakan dalam penyampaian informasi dan dakwah. Untuk mengumpulkan data peneliti menggunakan 3 metode yaitu Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pengelola dalam menyampaikan dakwah ada 5 strategi yaitu strategi perencanaan, strategi mendapatkan pesan, strategi mengolah pesan, strategi penyampaian pesan dan evaluasi.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Latifah Asmarani
NPM : 1904011016
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian- bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 11 Juli 2024



MOTTO

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

“Mereka adalah orang-orang yang (sesungguhnya) Allah mengetahui apa yang ada di dalam hatinya. Kerena itu, berpalinglah kamu dari mereka dan berilah mereka nasihat, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas pada jiwa”

Q.S. An-Nisa’63

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua, ayahanda tercinta bapak Supriono dan ibunda tercinta ibu Suliyah yang dengan kesabaran dan keikhlasan hatinya membimbing penulis. Lantunan doa yang setiap saat kalian panjatkan, motivasi, dukungan materi senantiasa mengiringi setiap langkah dan nafasku, hingga bahkan jika diberikan dunia sekaligus isinya mustahil bisa membalas semua yang kalian berikan.
2. Bapak Muhajir M.Kom.I selaku pembimbing skripsi yang selalu memberikan dukungan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Teman-teman Alfiyyah Tsaniyah angkatan 34, terkhusus guruku Agus Jamzuri Ahmad yang dengan kelembutan hatinya mengajarkan bagaimana untuk menjadi manusia yang berpegang teguh pada kesabaran, keikhlasan serta agar selalu bersifat rendah hati.
4. Sahabat – sahabatku tercinta yang selalu membantu dan memberikan do'a dan semangat yaitu saudari Betha, Noora, Shinta, Rohaniyah, Eka, Rizka, Sudin, Cici dan semua sahabatku tercinta.
5. Teman-teman jurusan KPI, yang telah sama-sama berjuang menyelesaikan pendidikan di IAIN Metro.
6. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

7. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis yang mendukung serta banyak membantu penulis mengumpulkan data dan informasi untuk penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, atas taufiq hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Penelitian skripsi ini adalah sebagai salah satu dari bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Strata satu (S1).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Prof. Hj, Siti Nurjanah M,Ag.,PIA. Selaku Rektor IAIN Metro, Dr. Aguswan Khotibul Umam, MA. Selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Ibu Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Metro, kepada Bapak Muhajir, M.Kom.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak Ibu dosen serta staf kepegawaian IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan, sarana dan prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada dan akhirnya semoga hasil penelitian yang akan dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Metro, 11 Juli 2024
Peneliti



Latifah Asmarani

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
ABSTRAK	vii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Penelitian yang Relevan	6
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Strategi Komunikasi	9
1. Pengertian Strategi Komunikasi	9
2. Tujuan Strategi Komunikasi	10
3. Tahapan Strategi Komunikasi	11
4. Strategi Mengelola Media Sosial <i>Instagram</i>	14
B. <i>Instagram</i>	15
1. <i>Instagram</i>	15
2. Fitur-fitur <i>Instagram</i>	16
3. Keunggulan <i>Instagram</i>	19
C. Informasi dan Dakwah	21
1. Informasi.....	21
2. Dakwah.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Metode Penelitian.....	29
B. Sumber Data.....	30
C. Teknik Pengumpulan Data	31
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data	37
E. Teknik Analisa Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil penelitian.....	42
1. Deskripsi dan Sejarah Lokasi Penelitian	42
2. Visi dan misi Pondok pesantren riyadlatul ulum.....	43
3. Program Pondok pesantren.....	44
4. Peraturan Pondok pesantren Riyadlatul Ulum	45
5. Akun Instagram @ponpesriyadlatululum.....	48
6. Profil dan logo @ponpesriyadlatululum.....	50

B. Pembahasan.....	52
1. Strategi komunikasi Pengelola <i>Instagram</i> @ponpesriydatululum	52
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 rencana jadwal konten.....	54
Tabel 2 rencana program	54

DAFTAR LAMPIRAN

1. Sk Pembimbing
2. Izin Prasurey
3. Balasan Prasurey
4. Surat Tugas
5. Izin Research
6. Balasan Research
7. Outline
8. Alat Pengumpulan Data (APD)
9. Formulir Konsultasi Bimbingan
10. Surat Keterangan Bebas Pustaka
11. Turnitin
12. Dokumentasi
13. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman yang semakin maju, era digital menjadikan komunikasi memasuki babak baru. Teknologi yang semakin berkembang menjadikan internet lebih mudah di akses dan lebih diminati oleh halayak umum. Karena mempermudah berkomunikasi dan berinteraksi, jutaan manusia dapat saling berhubungan dengan kemudahan tersebut.

Dalam buku *Communication Techonology* yang ditulis oleh Everett M Rogers, teknologi Informasi adalah peangkat keras dengan sifat organisatoris (ahli dalam mengorganisasi) dan meneruskan nilai sosial dengan khalayak atau individu dikumpulkan, diproses dan saling bertukar informasi dengan individu atau khalayak lain. Pendapat itu mengartikan teknologi informasi berikut serta dengan efektif dalam proses komunikasi, khususnya dalam menembus ruang dan waktu.¹ Aplikasi pun sudah banyak dibuat untuk memadai teknologi tersebut. Media bertukar informasi pun menjadi lebih beragam dan lebih mudah dilakukan. Teknologi yang menghubungkan antar individu dan kelompok disebut dengan *new wave technology*.² Salah satu layanan media bertukar informasi yang muncul karena adanya internet adalah *Instagram*.

¹ Deni Darmawan, *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012), 47.

² Fitri Alam Nasyroh, "Strategi Pengelolaan *Instagram* @Infodiponogoro Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponogoro" *Skripsi*. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institute Agama Islam Negeri Ponogoro. (2020), 12

Instagram merupakan aplikasi *Microblogging* yang memiliki fungsi sebagai sarana mengunggah foto secara instan. Aplikasi ini dibuat oleh seorang programmer dan sekaligus CEO, Mike Krieger dan Kevin Systrom bersama dengan perusahaan INC Burb (sebuah perusahaan yang memiliki visi dan misi membuat aplikasi gadget) pada awal tahun 2010 sekitar bulan Januari. Lalu pada 10 bulan kemudian *Instagram* memiliki sekitar 7 juta pengguna yang aktif. Bahkan di Indonesia mempunyai komunitas *Instagram* dengan nama *Iphenosia* yang merupakan singkatan dari *I Device Photographer Indonesia*. Sampai pada tahun 2012 *Instagram* diakuisisi oleh Facebook. Kata *Instagram* berasal dari kata “*Insta*” fungsinya seperti foto polaroid yang biasa disebut dengan “foto instan”. Sedangkan kata “*gram*” berasal dari “*telegram*” yang memiliki fungsi kerja mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Aplikasi berbasis gambar ini bisa dengan mudah mengusir rasa kesepian yang berarti teknologi ini dapat meningkatkan keakraban bagi penggunanya.³

Seiring dengan berkembangnya zaman, *Instagram* dengan layanan berbasis foto dan video digunakan dalam berbagai macam kebutuhan. Media sosial sebagai layanan komunikasi dalam tukar menukar pesan antar penggunanya mengubah pola-pola individu dalam berkomunikasi. Dengan adanya media baru dalam mendistribusikan atau menyebarkan berita pun mendapatkan pesaing baru. Sepanjang tahun 2015-2016 banyak ditemukan akun dalam *Instagram* yang memanfaatkan *Instagram* sebagai media *online*

³ Muhammad Rizqi Arifuddin, Irwansyah, “Dari Foto Dan Video Ke Toko: Perkembangan Instagram Dalam Perspektif Konstruksi Sosial” *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media Universitas Pelita Harapan* Vol. 3 No. 1 (2019), 39.

shop, dakwah, hiburan, akun resmi perusahaan jasa lainnya. Gibson memperkenalkan istilah “*Cyberspace*” untuk menjelaskan bahwasannya da tempat dimana ia tidak nyata tetapi keberadaannya dapat dirasakan bahkan menjadi kenyataan dalam benak (Nasrullah, 2014: 18).⁴.

Pondok pesantren Riyadlatul Ulum merupakan salah satu Pondok pesantren yang berada di Lampung Timur, tepatnya di Batanghari 39B. Pendidikan di pesantren dapat menjadi sebagai rujukan pengembang karakter. Menurut In'am Sulaiman, pesantren terbukti mampu atau bisa mempertahankan eksistensinya bahkan berkembang seiring dengan berkembangnya zaman. Dalam Pondok pesantren Riyadlatul 'Ulum santri tidak hanya di berikan pengajaran tentang spiritual, tapi juga diberi bekal keterampilan untuk menghadapi kebutuhan duniawi.

Akun *Instagram* @ponpesriyadlatululum adalah salah satu sarana yang digunakan untuk menyebarkan informasi dan dakwah langsung dari Pondok pesantren. Saat ini akun @ponpesriyadlatululum memiliki 4.521 pengikut dengan 288 postingan. Informasi yang disampaikan biasanya berupa jadwal kegiatan Pondok pesantren, acara peringatan, ucapan selamat, ucapan berduka dan kegiatan harian Pondok pesantren. Adapun dakwah dilakukan dengan memposting kata-kata dari asatidz atau kata-kata hikmah dari para ulama. Akun ini dibuat pada tahun 2017 oleh sekretaris pondok terdahulu yaitu bapak Mashurin. Akun ini mengalami pasang surut dalam penggunaannya. Perannya pernah tergantikan oleh organisasi Al-Mukasyafah yang bergerak pada bidang

⁴ *Ibid*, 31

Jurnalistik. Akun ini kembali bergerak pada tahun 2022 setelah terbentuknya Tim RU Media.

Penyampaian informasi dan dakwah tentang Pondok pesantren riyadlatul ulum yang disampaikan menggunakan akun *Instagram* nya sangat efektif dengan bukti bahwa banyaknya wali santri atau santri yang mendaftar Pondok pesantren tanpa melihat langsung keadaan Pondok pesantren, selain itu dengan adanya akun *Instagram* @ponpesriyadlatululum ini informasi dan dakwah bisa disampaikan dan diterima dengan mudah dan juga informasi dan dakwah pun bisa menjangkau ke tempat yang lebih jauh tanpa harus terjun langsung.

Meskipun telah mengalami pasang surut dalam kehadirannya hingga saat ini, pemanfaatan *Instagram* masih belum maksimal. Masih banyak hal-hal menarik tentang Pondok pesantren yang belum tersampaikan. Seringkali akun *Instagram* @ponpesriyadlatululum tidak update dalam mengupload postingan, banyak hal penting dan menarik Pondok pesantren yang terlewat dan tidak diupload, seringkali hal yang di posting hanya hari-hari besar atau acara-acara besar. sehingga lama kelamaan akun *Instagram* @ponpesriyadlatululum mengalami kemunduran dan ditinggalkan. Misalnya tentang penguploadan kegiatan harian santri seperti *sorogan*, *bandungan*, *khitobah*, *bahtsul masail* dan kegiatan lain masih kurang mendapat perhatian. Padahal kegiatan harian santri penting untuk memberikan ciri dan keunikan Pondok pesantren.

Kurangnya komunikasi antar divisi dapat membuat kesalahan ringan bahkan fatal. Terjadinya miskomunikasi antar divisi menyebabkan hanya

sebagian orang saja yang menjalankan tugas dan sebagian lainnya tidak bekerja dengan maksimal karena merasa tidak diberikan tugas. Keterbatasan alat yang memadai juga menyebabkan tim sulit untuk meng-*explore* lebih luas tentang media terutama ketika ada *event* besar atau penting di pondok pesantren termasuk larangan untuk membawa alat elektronik bagi santri juga menjadi keterbatasan tim. Kekurangan sumber daya manusia yang benar benar menguasai di bidang media juga dirasa memberatkan suatu pihak dalam melakukan pekerjaan.⁵

Tentunya, untuk mencapai tujuan dan mendapat hasil yang diinginkan diperlukan adanya strategi komunikasi dari Pengelola sehingga pekerjaan bisa terlaksana dengan maksimal. Berdasarkan dari pemaparan diatas peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Pengelola *Instagram* @Ponpesriyadlatululum Dalam Penyampaian Informasi dan Dakwah Pondok pesantren Riyadlatul Ulum Batanghari 39B Lampung Timur”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut rumusan masalah pada penelitian ini adalah, Bagaimana Strategi Komunikasi Pengelola *Instagram* @Ponpesriyadlatululum dalam Penyampaian Informasi dan Dakwah?

⁵ Wawancara Dengan Salah Satu Anggota Tim Media Selaku Divisi Design Raghil Nurmahin Melalui Whatsapp Pada 12 Januari 2023.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian
 - a. Mengetahui strategi komunikasi pengelola *Instagram* @Ponpesriyadlatululum dalam Penyampaian Informasi dan Dakwah
2. Manfaat penelitian
 - a. Untuk mendeskripsikan bagaimana strategi Pengelola dalam menyampaikan informasi dan dakwah dengan menggunakan media *Instagram*.
 - b. Untuk mendeskripsikan bagaimana cara Pengelola mengolah Informasi dan Dakwah hingga bisa dinikmati oleh pembaca
 - c. Untuk mengetahui pemanfaatan *Instagram* sebagai media penyampaian Informasi dan Dakwah Pondok pesantren

D. Penelitian yang Relevan

Penelitian ini memberikan perbedaan atau persamaan terhadap penelitian yang diteliti oleh peneliti lain sebelumnya. Hal ini dilakukan guna menghindari kesamaan pembahasan dengan penelitian sebelumnya. Hasil penelitian lain yang telah dilakukan dengan peneliti lain sebelum peneliti melakukan penelitian “Strategi Komunikasi Pengelola *Instagram* @Ponpesriyadlatululum Dalam Penyampaian Informasi Dan Dakwah Pondok pesantren Riyadlatul Ulum Batanghari 39b Lampung Timur” antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Alam Nasyroh pada tahun 2020 dengan judul “Strategi Pengelolaan *Instagram* @infoponogoro Sebagai

Media Informasi Tentang Kabupaten Ponogoro” skripsi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Ponogoro. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan tentang bagaimana @infoponogoro melakukan strategi dalam menyebarkan informasi melalui *Instagram*. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama mengulas tentang media *Instagram* sebagai penyalur media Informasi. Perbedaannya adalah skripsi ini hanya meneliti tentang *instagram* sebagai media informasi dan tidak meneliti tentang dakwah.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Moh. Ali Ma’ruf dengan judul “Analisa Penggunaan *Instagram* Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk” (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Founder Dan Followers @Nganjukkotabayu) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Tujuan dari penelitian ini adalah menyebarluaskan tentang berbagai pesona yang ada pada Kabupaten Nganjuk. Persamaan dengan penelitian ini adalah tentang *Instagram* sebagai media informasi. Sedang perbedaan dari penelitian ini adalah pada penelitian skripsi yang dilakukan oleh Moh. Ali *Instagram* digunakan sebagai media untuk menyebarkan informasi tentang keunikan dan potensi wisata yang belum banyak diketahui oleh banyak halayak. Sedangkan pada penelitian kali ini peran *Instagram* adalah untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan yang dilakukan di Pondok pesantren.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Yosieana Duli Desmalia dengan judul “Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung” tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran *Instagram* sebagai media dakwah mahasiswa KPI dan memberikan akses *Instagram* yang berkonten dakwah. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama menggunakan media *Instagram* sebagai media dakwah sedang perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yosieana yaitu penelitian yang dilakukan Yosieana membahas *instagram* sebagai media dakwah saja tidak sebagai media informasi.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Aisyah Melani (2019) dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran @lopo mandailing coffe Pada Media Sosial *instagram* di Kecamatan Penyambungan” tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial *Instagram* dengan menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memperoleh data. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama meneliti strategi komunikasi melalui media sosial *Instagram* an menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini adalah pada tempat dan akun yang diteliti dan pada penelitian yang dilakukn oleh Aisyah meneliti tentang Strategi Komunikasi untuk Pemasaran dan pada penelitian ini meneliti tentang Strategi Komunikasi dalam menyampaikan Informasi dan Dakwah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Glueck dan Jaunch mendefinisikan tentang strategi yaitu arus keputusan juga tindakan yang menuju pada perkembangan strategi efektif guna membantu mencapai sasaran dari perusahaan.¹

Berelson dan Steiner mengungkapkan bahwa, komunikasi ialah sebuah penyampaian informasi, gagasan, emosi dan lain-lain menggunakan simbol seperti kata-kata, gambar, angka atau yang lainnya.² Komunikasi adalah proses bertukar informasi secara sistematis antara pihak ke pihak lain dengan menggunakan simbol. Secara ilmiah, komunikasi dapat diartikan proses disampaikannya informasi dari komunikator/ *sender*, kepada komunikan/*receiver*.³ Harold Laswell mengemukakan bahwa cara terbaik yang bisa digunakan untuk menjelaskan proses komunikasi adalah menjawab dengan “5W” (*Who says; What, Which Channel to; Whom; With; What: Effect*).⁴

¹Lenda Surepi, Azwar Rahmat, Resi Julita. “Peranan Administrasi Bisnis dalam Strategi Pengembangan Saha” Jurnal Aghniya Stiesnu Bengkulu. Vol. 4 No.1 (2021), 31.

² Sasa Djuarsa Sendjaja, “Memahami Teori Komunikasi: Pendekatan, Pengertian, Kerangka, Analisis dan Perspektif” Modul Teori Komunikasi 01 (2020), 1.21.

³ Deni Darmawan, *Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi* (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya Offset, 2012), 26

⁴ Deni Darmawan, *Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi* (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya Offset, 2012), 20

Asal dari kata strategis adalah dari bahasa Yunani “*strategos*” yang menunjuk pada keseluruhan peran komando.⁵ Sedang dalam kamus besar bahasa Indonesia strategi komunikasi adalah sesuatu yang patut dikerjakan demi kelancaran komunikasi.⁶ Middleton mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari seluruh komponen komunikasi, dari komunikator (pengirim pesan), pesan, media atau saluran, komunikan (penerima pesan) hingga pengaruh atau efek yang dirancang supaya dapat mencapai tujuan komunikasi yang optimal.⁷

Sedangkan menurut Anwar Arifin. Strategi komunikasi adalah perhitungan kondisi dan situasi yang dihadapi untuk mencapai efektivitas.⁸ Effendi mengatakan bahwa strategi komunikasi yaitu perencanaan komunikasi (*communication planning*), dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.⁹

2. Tujuan Strategi Komunikasi

Jones (2009) menjelaskan bahwa strategi komunikasi bukanlah proses yang pasif, yang bertujuan untuk menyampaikan pesan yang paling

⁵ Keith Butterick, *Pengantar Public Relations: Teori Dan Praktik*. Diterjemahkan Oleh Nurul Hasfi. (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2012), 153

⁶ Kbbi Online. Diakses Pada 14 April 2023

⁷ Salis Vita Auliya, “Strategi Komunikasi Mempertahankan Wayang Kulit Dalam Tradisi Saparan Di Desa Warak RW VI Kota Salatiga” *Skripsi*. (2015), 7

⁸ *Ibid*, 7

⁹ Rizka Argi Putra, “Strategi Komunikasi Dalam Penerapan Kebijakan Transportasi” *Skripsi* 2016

tepat untuk public atau untuk menginformasikan pada masyarakat, tetapi proses komunikasi yang aktif dan melibatkan publik.¹⁰

Pada umumnya strategi digunakan guna mengkomunikasikan dan menentukan gambaran tentang visi dan misi, sementara menurut pendapat R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M, Dallas Burnett, strategi komunikasi mempunyai tiga tujuan:

- a. *To secure understanding* –memastikan pesan diterima komunikan
- b. *To establish acceptance* -membina penerimaan pesan
- c. *To motivate action* –kegiatan yang dimotivasikan.¹¹

3. Tahapan Strategi Komunikasi

Dalam penetapan strategi dalam komunikasi tidak lepas dari elemen komunikasi. Harold D. Lasswell menyatakan bahwa cara untuk menjelaskan komunikasi dengan baik ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut:¹²

- a. Menetapkan komunikator

Dalam komunikasi, komunikator menjadi sumber juga kendali seluruh aktivitas komunikasi. Komunikator mempunyai peran penting sehingga ada beberapa syarat yang harus dimiliki seorang komunikator yaitu; kredibilitas, daya tarik dan kekuatan.

- b. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak

¹⁰ Soraya Ratna Pratiwi, dkk, “Strategi Komunikasi dalam Membangun *Awareness* Wisata Halal Bandung” *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol 6, No.1 (2018), 82.

¹¹ Effendi. *Ilmu Komunikasi*. (Bandung: Rosdakarya, 2017). Hlm 35-36

¹² Ida Suryani Wijaya, “Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan”, *Jurnal Perencanaan dan Strategi Komunikasi, Lentera*, Vol. XVIII. No.1 (2015), 57

Khalayak disebut juga dengan komunikan. Karena semua seluruh aktivitas komunikasi diarahkan kepada komunikan, penting untuk memahami masyarakat yang akan menjadi target sasaran komunikasi. Dengan mengetahui kelompok dalam masyarakat komunikasi dapat direncanakan dan di prediksi untuk antisipasi dan menyesuaikan progam komunikasi yang akan dilakukan.¹³

c. Menyusun pesan

Pesan merupakan segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang kemudian dipresepsi dan diterima oleh komunikan dengan serangkaian makna.

Adapun menurut Hafied Cangara tahapan-tahapan dalam menetapkan strategi komunikasi dalam beberapa tahap:

- a. Menetapkan komunikator
- b. Menetapkan target sasaran

Dalam menetapkan sasaran terdiri dari cara.

- 1) Aspek sosiodemografik, mencakup terkait umur, kelamin, pendidikan, pekerjaan, agama. Ideologi, dan kepemilikan media.
- 2) Aspek profi psikologi, mencakup sikap kejiwaan masyarakat, seperti sabar, terbuka, emosional, tertutup, berani atau penakut.
- 3) Aspek karakteristik prilaku masyarakat, misalnya agamis, solidaritas, bertanggung jawab, jujur, individual.

c. Menetapkan tim kerja

¹³ Ida Suryani Wijaya, "Perencanaan Dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan", Jurnal Perencanaan dan Strategi Komunikasi, *Lentera*, Vol. XVIII. No.1 (2015), 58

d. Teknik menyusun pesan

Untuk mengelola pesan yang dapat diterima dengan mudah oleh khalayak, ada beberapa hal yang perlu di tinjau:

- 1) Menguasai pesan yang akan disampaikan
- 2) Dapat menjelaskan atau mengemukakan argumentasi dengan logis.

Untuk itu data yang digunakan harus memiliki fakta dan pendapat.

- 3) Membuat intonasi bahasa (*vocal*)

e. Memilih media komunikasi

Media komunikasi terbagi menjadi dua, yaitu:

- 1) Media lama meliputi media cetak
- 2) Media baru meliputi media internet

f. Penyebarluasan media komunikasi

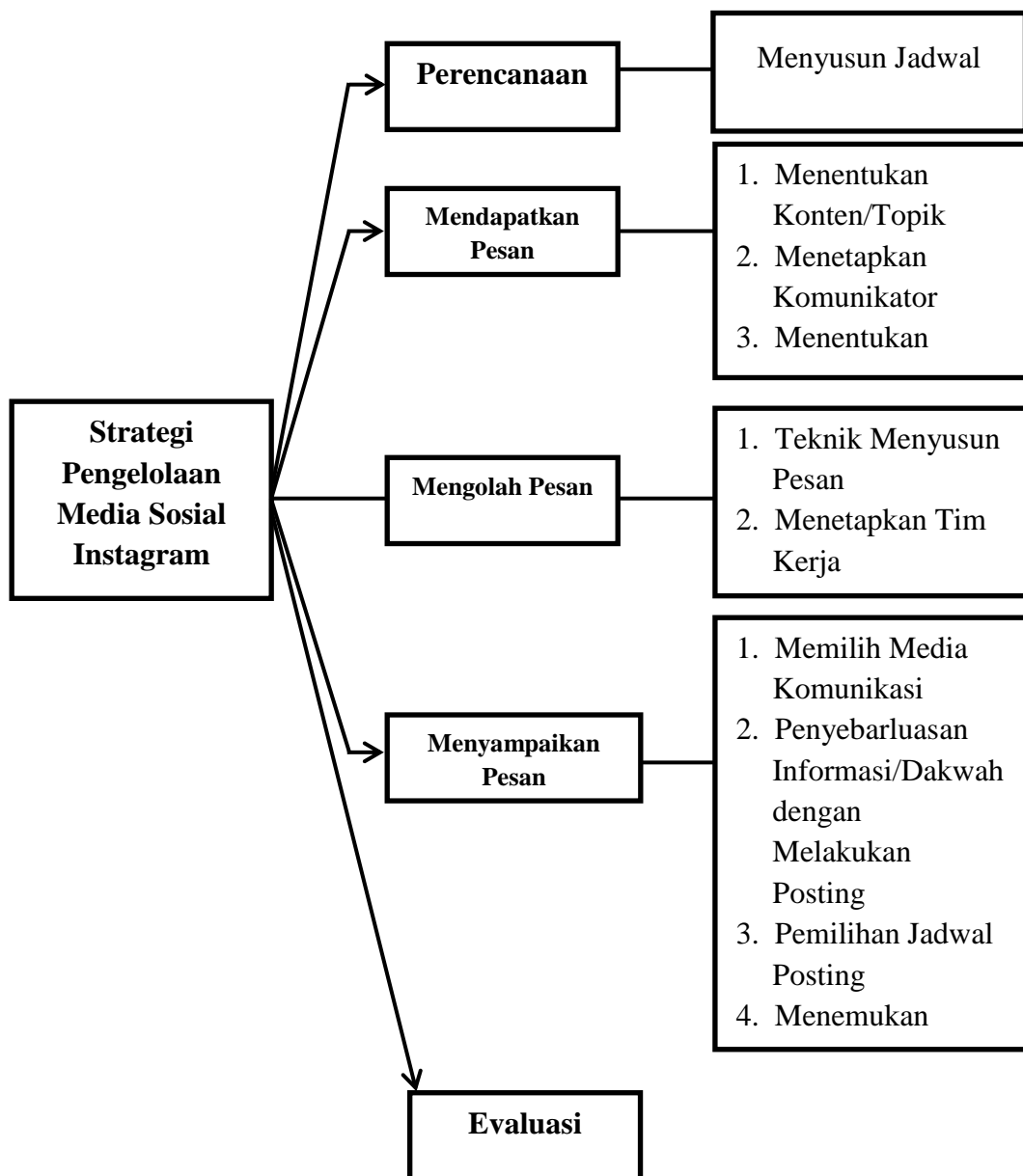
g. Menyusun jadwal (*time line schedule*)

h. Evaluasi dan audit komunikasi

Evaluasi digunakan untuk mengkaji seberapa berhasil atau gagalnya kegiatan komunikasi yang dilakukan dan untuk memperbaiki serta meningkatkan keberhasilan kedepannya. Audit Komunikasi adalah evaluasi untuk melihat komponen-komponen yang berhubungan dengan keberhasilan proses komunikasi mulai dari sumber, pesan, media atau saluran, sampai efek yang ditimbulkan.

4. Strategi Mengelola Media Sosial *Instagram*

Berdasarkan dengan penjelasan diatas terkait dengan tahap strategi komunikasi dari beberapa literatur, maka didapatkan konsep mengenai strategi Pengelolaan media sosial instagram sebagai berikut:



Struktur Konsep Strategi Komunikasi menurut Hafied Cangara

B. *Instagram*

1. *Instagram*

Instagram sendiri diambil dari dua kata “*Insta*” dan “*Gram*”. kata “*Insta*” berasal dari kata instan yang memiliki arti *Instagram* memunculkan foto-foto instan yang di dalam penampilannya seperti kamera polaroid. Sedangkan arti dari “*Gram*” diambil dari kata “*Telegram*” yang bekerja untuk mengirimkan informasi dengan cepat kepada orang lain.¹⁴

Pada awalnya *Instagram* dikembangkan oleh startup bernama Burbn, Inc dimotori oleh Kevin Systrom Mike sebagai platform IOS pada 6 Oktober tahun 2010, sebagai tanda lahirnya aplikasi *Photo sharing* revolusi dari *Instagram*. Pada hari pertama penerbitan *Instagram* sukses dengan menjangking 25 ribu pengguna dengan hanya mengandalkan *viral marketing* tanpa menggunakan iklan. Dalam waktu 2,5 bulam setelahnya *Instagram* dengan cepat menjangking sekitar satu juta orang, dan pada april 2012 *Instagram* resmi di rilis sebagai sistem aplikasi Android dan diunduh sebanyak lebih dari satu juta dalam waktu kurang dari sehari. Kemudian pada 9 april 2012 *Instagram* diakuisisi oleh sosial jejaring *Facebook* di aplikasi *Instagram* seharga \$1 Miliar.¹⁵

Munculnya *Instagram* sebagai media menjadi perantara dari komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan sebagai informasi pun lebih singkat dan dan jelas. Dengan menggunakan fitur

¹⁴ Geoff Desremaux, “The Complete History Of *Instagram*” The Complete History Of *Instagram* (Wersm.Com) Di Akses Pada 27 Oktober 2022

¹⁵ *Ibid*

yang berada diinstagram memudahkan peneliti mendapat apa yang diinginkan. Pengguna instagram bisa memberikan tanda *hashtag* (#) pada foto atau video yang diupload agar lebih mudah digunakan.¹⁶

2. Fitur-fitur *Instagram*

Instagram mempunyai lima menu utama yang terdapat pada tampilan bawah *Instagram*. Adapun fitur-fitur yang tersedia pada *Instagram* adalah:

a. *Home page*

Adalah halaman utama untuk *timeline* atau menampilkan video atau foto terbaru dari sesama pengguna yang sudah diikuti. Baik dalam bentuk foto atau video.¹⁷



Gambar 1 *Home Page*¹⁸

¹⁶ Muhammad Rizqi Arifuddin, Irwansyah, "Dari Foto Dan Video Ke Toko: Perkembangan Instagram Dalam Prespektif Konstruksi Sosial" Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media Universitas Pelita Harapan Vol. 3 No. 1 (2019), 39.

¹⁷ Jubilee Entreprise, *Instagram untuk Bisnis, Hobi dan Desain Grafis*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2001), 2.

¹⁸ Gambar diambil pada 15 Juli 2024

b. *Explore*

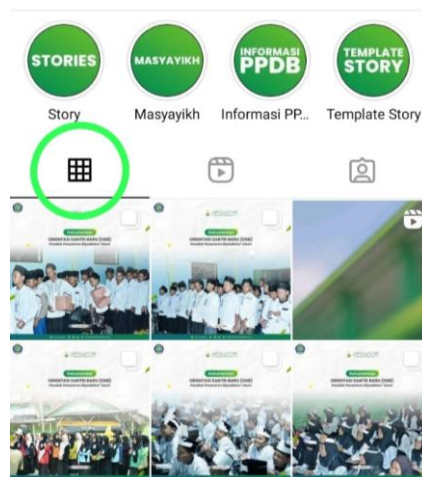
Adalah sebuah tampilan dari foto atau video yang populer dan banyak di sukai oleh pengguna *Instagram*, juga untuk mencari *username* dari pengguna lainnya.¹⁹



Gambar 2 fitur *Explore*²⁰

c. *News feed*

Merupakan sebuah fitur yang menampilkan pemberitahuan atau notifikasi berbagai aktivitas yang telah dilakukan oleh pengguna.



Gambar 3 Fitur *News Feed*²¹

¹⁹*Ibid*, 3.

²⁰ Gambar diambil pada 15 Juli 2024

²¹ *Ibid*

d. Profil

Adalah fitur yang menunjukkan informasi dari pengguna baik dari milik akun pribadi atau dari pengguna lain.²²



Gambar 4 fitur Profil²³

e. *Stories*

Fitur ini mirip dengan fitur home yaitu menampilkan cerita kepada pengguna lain namun pada fitur stories, postingan yang diupload memiliki batas waktu 24 jam.²⁴

Adapun jika pengguna ingin menyimpan story lebih lama maka bisa menggunakan *Story Highlight* sehingga *story* dapat tersimpan permanen.²⁵



Gambar 4 Fitur *Stories*²⁶

²² *Ibid*, 10.

²³ Gambar diambil pada 15 Juli 2024

²⁴ Yosiena Duli Desmalia, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung" *Skripsi* (2018), 23.

²⁵ Jubilee Entreprise, *Instagram untuk Bisnis, Hobi dan Desain Grafis*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2001), 7.

3. Keunggulan *Instagram*

Instagram adalah media sosial yang akhir-akhir ini di minati di kalangan tua maupun muda karena *Instagram* sangat mudah digunakan dan mencakup banyak informasi. Adapun diantara keunggulan *Instagram* adalah:²⁷

a. Lebih mudah di pahami

Gambar adalah bahasa universal yang sehingganya siapapun yang melihat dapat lebih cepat untuk memahami. Selain itu pengguna *Instagram* juga mudah membagikan foto ataupun video kepada orang lain dengan lebih mudah dan lebih singkat tidak seperti teks yang membutuhkan waktu untuk membaca dan memahami konteksnya.

²⁶ Gambar diambil pada 15 Juli 2024

²⁷ Muhammad Rizqi Arifuddin, Irwansyah, "Dari Foto Dan Video Ke Toko: Perkembangan Instagram Dalam Prespektif Konstruksi Sosial" Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media Universitas Pelita Harapan Vol. 3 No. 1 (2019), 39

b. Waktu tayang bisa dilihat kapan saja

Postingan yang di bagikan pada *Instagram* bisa diatur oleh pengunggah. Apabila konteks yang di posting hanya membutuhkan waktu sebentar misalnya ucapan untuk memperingati hari kemerdekaan dll, maka pengguna bisa memposting di stories yang memiliki batas waktu 24 jam. Atau jika ingin postingan lebih lama maka pengguna bisa mengunggah postingan di *feed Instagram* yang tidak memiliki batas waktu.

c. Mudah digunakan

Salah satu yang menarik pada *Instagram* adalah karna *Instagram* adalah media yang mudah digunakan. Sebagai media sosial instagram dibangun berdasar dengan teknologi 2.0 yang memudahkan penggunaanya untuk menyediakan dan berbagi konten.²⁸ Cukup dengan menggeser layar ke atas, maka berita baru akan muncul. Pengguna juga bisa melihat lebih banyak informasi atau pesan dakwah dari postingan atau juga melalui *explore* untuk mencari lebih banyak informasi dan kajian dakwah.

d. Mudah menyampaikan hal baru

Dengan *Instagram* informasi atau pesan dakwah bisa di bagikan lewat gambar seperti foto atau video. Karena dapat di sampaikan dengan mudah informasi atau pesan dakwah yang di berikan juga lebih mudah di dapatkan oleh pengguna juga lebih cepat disampaikan.

²⁸ Muhammad Rizqi Arifuddin, Irwansyah, "Dari Foto Dan Video Ke Toko: Perkembangan Instagram Dalam Prespektif Konstruksi Sosial" Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media Universitas Pelita Harapan Vol. 3 No. 1 (2019), 39.

Informasi atau pesan dakwah pun dapat dikemas lebih menarik agar lebih menarik untuk dibaca.

Munculnya *Instagram* sebagai media menjadi perantara dari komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan sebagai informasi pun lebih singkat dan dan jelas. Dengan menggunakan fitur yang berada di Instagram memudahkan peneliti mendapat apa yang diinginkan. Pengguna instagram bisa memberikan tanda *hashtag* (#) pada foto atau video yang di upload agar lebih mudah digunakan.²⁹

C. Informasi dan Dakwah

1. Informasi

a. Pengertian Informasi

Secara bahasa Informasi diambil dari bahasa Perancis *Informacion* yang berarti konsep atau ide.³⁰ Informasi merupakan kata benda yang berarti sebuah aktifitas dengan pengetahuan yang kemudian di komunikasikan. Informasi merupakan sekumpulan fakta dan data yang kemudian di proses menjadi bermanfaat bagi penerimanya.³¹

Menurut George H. Bodnar, informasi adalah data yang diolah sehingga dapat dijadikan sebuah dasar untuk mengambil keputusan yang tepat. Informasi bisa dikatakan dengan sejumlah data yang telah

²⁹ Muhammad Rizqi Arifuddin, Irwansyah, "Dari Foto Dan Video Ke Toko: Perkembangan Instagram Dalam Prespektif Konstruksi Sosial" Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media Universitas Pelita Harapan Vol. 3 No. 1 (2019), 39.

³⁰ Bagus Tri Mahardika, "Perancangan System Informasi Management Siswa Berprestasi Berbasis Android Pada SMK Rawalumbu' Program Studi Teknologi Informasi Darma Persada, Vol. 10 No. 2 (2010), 4.

³¹ Tata Sutabri, *Analisis System Informasi*, (Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2012), 19.

diproses atau diolah untuk menguji tingkat keakuratannya sedangkan keterpakaiannya berdasarkan dengan kebutuhan.³² Informasi merupakan sebuah data yang telah diproses secara lebih lanjut dan memiliki nilai tambah. Informasi dapat dibagi menjadi tiga kelompok:

- 1) Informasi Strategis. digunakan untuk mengambil keputusan dan jangka panjang.
- 2) Informasi Taktis. Untuk keputusan dalam jangka menengah.
- 3) Informasi Teknis. Digunakan untuk operasional sehari-hari atau informasi jangka pendek.³³

b. Jenis-jenis Informasi

Data bisa dikatakan sebuah informasi jika dapat digunakan dan memiliki fungsi. Informasi dapat ditemukan pada bentuk atau media apapun, media online atau juga media cetak. Adapun informasi memiliki beberapa jenis:³⁴

- 1) Informasi Faktual atau informasi nyata.
- 2) Informasi Analisis, sebuah informasi yang dihasilkan dari penelitian studi tertentu.
- 3) Informasi Subjektif, adalah informasi yang dilihat dari satu sudut pandang biasanya seperti argumentasi dari pihak tertentu.
- 4) Informasi Objektif, adalah informasi yang bisa dipahami oleh berbagai sudut pandang.

³² Deni Darmawan, *Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi* (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya Offset, 2012), 3

³³ Tata Sutabri, *Analisis System Informasi*, (Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2012), 21-22

³⁴ *Ibid*, 2

c. Fungsi Informasi

Fungsi yang paling utama dalam informasi adalah mengurangi ketidakpastian dari penerima informasi. Informasi yang diberikan pada penerima informasi memungkinkan pendapat yang berbeda beda tergantung penerima informasi sehingga informasi juga terkadang menambah ketidakpastian tergantung penerima informasi³⁵.

2. Dakwah

d. Pengertian Dakwah

Dakwah dapat diartikan dengan upaya yang dilakukan secara terus menerus untuk menghasilkan perubahan pada manusia yang meliputi pikiran (*fikrah*), perasaan (*syu'ur*) dan tingkah laku (*suluk*) yang menuntun ke jalan Allah SWT dan membentuk masyarakat yang islami. Menurut Abdul Aziz kata dakwah diambil dari bahasa Arab yaitu kata *Da'wah*, dari kata *da'a yad'u da'watan* yang bermakna memanggil, menyeru, menegaskan atau juga membela sesuatu, perbuatan atau perkataan untuk mengajak manusia kepada sesuatu dan memohon atau meminta.³⁶ Setidaknya ada empat aktivitas dakwah, diantaranya adalah mengingatkan kebenaran dan keadilan melalui lisan, menyebarkan prinsip islam melalui tulisan, memberikan panduan teladan berhubungan dengan akhlak yang baik,

³⁵ Tata Sutabri, *Analisis System Informasi*, (Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2012), 24

³⁶ Tata Sukayat, *Quantum Dakwah*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 1.

dan bersifat tegas terhadap kemampuan fisik, harta, jiwa dalam menegakkan prinsip Illahi.³⁷

e. Media Dakwah

Media adalah suatu perantara atau penghubung pengantar pesan antara pengirim dan penerima pesan. Media bisa mewakili kalimat atau kata-kata yang sulit disampaikan, bahkan ketidakjelasan suatu bahan dapat dijelaskan dengan media. Media berasal dari kata *medium* dari bahasa latin yang berarti perantara atau pengantar. Media adalah seluruh bahan atau alat yang bisa digunakan sebagai pengantar pesan seperti televisi, Koran, majalah buku, radio dan lain sebagainya.³⁸

Syad Arabi Ibid membahas tentang ketergantungan sistem media dengan media lainnya yang berpengaruh pada isi media. Beliau juga berkata majunya teknologi mempengaruhi tumbuhnya media baru. Seperti media kabar *online* yang lebih mudah menjangkau daripada media tradisional. Banyak generasi muda menggunakan internet seperti *instagram, youtube, twitter* atau yang lainnya.³⁹

Menurut Hamdan Ya'qub media dakwah dibagi menjadi lima:⁴⁰

- 1) *Lisan* media ini menggunakan lidah dan mulut dan media yang paling sering digunakan. Media ini biasanya berupa ceramah-ceramah, penyuluhan, bimbingan dan lain-lain.

³⁷ Munzien Suparta, Harjani Aefni, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kecana Prenada Media Group, 2009), 19

³⁸ Sadiman, Arief S. *Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan, Dan Pemanfaatannya.* (Pt Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006), 6-7

³⁹ Armawati Arbi, *Psikologi Komunikasi Dan Tabligh* (Jakarta: Amzah, 2012), 224.

⁴⁰ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Kecana Prenada Media Group, 2009), 20-21

- 2) Tulisan, korespondensi, surat kabar, majalah, spanduk dan lain-lain.
- 3) Lukisan, gambar, lukisan, karikatur dan lain-lain.
- 4) Audio visual, yaitu media yang bisa dirangsang oleh pengelihatannya dan telinga. Media ini dapat berupa televisi internet, slide dan lain-lain.
- 5) *Akhlak*, adalah perbuatan nyata yang berlandaskan dengan aturan islam yang menceminkan ajaran islam.

f. Unsur-unsur Dakwah

Dalam peklaksanaan dakwah tidak hanya dilakukan oleh perorangan atau pribadi tetapi dilakukan secara kelompok. Dakwah memiliki beberapa unsur diantaranya sebagai berikut:⁴¹

1) *Da'i*

Da'i diambil dari isim fail bahasa arab *da'a, yad'u* yang memiliki arti subjek atau pelaku dalam berdakwah. *Da'i* atau pelaku dakwah adalah seseorang yang melakukan dakwah dengan tulisan, perbuatan atau lisan baik individu atau kelompok dengan berbentuk lembaga atau organisasi.

2) *Mad'u*

Atau penerima dakwah adalah seluruh manusia tanpa memandang agama islam sebagai sasaran dakwah. Agar dakwah dapat berjalan sesuai dan terarah maka diperlukan adanya

⁴¹ *Ibid*, 19

klarifikasi penerima dakwah misalnya seperti klarifikasi berdasarkan usia atau intelektualitas.⁴² Menurut Muhammad Abduh Mad'u terbagi menjadi tiga kelompok yaitu:⁴³

- a) *Golongan cendekiawan cerdas*, yaitu golongan yang mencintai kebenaran dan dapat berfikir kritis dan menangkap persoalan dengan cepat.
- b) *Golongan awam*, yaitu orang yang belum bisa berfikir kritis dan belum bisa menangkap penjelasan dengan pengertian-pengertian yang tinggi.
- c) Golongan yang senang membahas sesuatu tetapi belum bisa memahami dengan benar dan masih dalam batas tertentu.

3) *Maddah Al-Da'wah*

Adalah materi untuk berdakwah yang akan disampaikan oleh da'i kepada mad'u. Materi yang digunakan untuk berdakwah hendaknya disusun secara menarik agar tidak monoton dan menarik minat penerima dakwah untuk menerima ajakan tersebut.

4) *Thariqah* atau *Manhaj Al-Dakwah* (Metode Dakwah)

Metode yaitu cara bagaimana dalam menyampaikan sesuatu. Dalam bahasa Inggris, *method* memiliki arti cara atau metode. Metode dakwah adalah jalan untuk menyampaikan pesan dakwah yang digunakan oleh penyampai dakwah dalam menyebarkan

⁴² Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008), 29

⁴³ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Kecana Prenada Media Group, 2009), 20

ajaran materi dakwah (Islam).⁴⁴ Sementara itu di dalam komunikasi metode dikenal dengan *approach* yaitu cara yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu.⁴⁵ Penggunaan metode dalam berdakwah merupakan unsur yang sangat penting yang harus disampaikan dengan hati-hati. Apabila dakwah yang dilakukan berjalan dengan lancar dan harmonis maka bisa dilakukan lebih lanjut. Namun apabila metode dakwah yang dilakukan tidak berjalan efektif dan harmonis maka metode yang diterapkan harus diganti dengan yang lebih kondisional.⁴⁶

5) *Washillah* atau Sarana Berdakwah

Adalah media yang digunakan sebagai penyalur materi dakwah. Adapun sarana yang dapat digunakan sebagai penyampai dakwah menurut Hamzah Ya'qub ada lima macam seperti: tulisan; lisan; gambar atau karikatur; audio visual; dan akhlak.

6) *Ghayyah Al Da'wah* atau tujuan apa yang hendak didapatkan dari hasil berdakwah.

g. Fungsi dan Tujuan Dakwah

Berdakwah merupakan suatu usaha untuk mengarahkan suatu masyarakat untuk memperbaiki suasana kehidupan dengan berlandaskan kebenaran. Dakwah merupakan suatu komponen penting, dengan harapan hadirnya dakwah ini bisa menghindarkan

⁴⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 123

⁴⁵ Munzien Suparta, Harjani Aefni, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 21

⁴⁶ Abdul Rani Usman, "Metode Dakwah Kontemporer" *Jurnal Al Bayan* Vol.19 2013,

menghindarkan dari Kesesatan dan mengedepankan kepentingan manusia diatas egonya sendiri.⁴⁷

Pada dasarnya dakwah memiliki fungsi utama, yaitu fungsi *risalah* dan *kerahmatan*. Fungsi *kerisalahan* adalah seperti proses perubahan sosial untuk menjadi kehidupan yang lebih baik. Sedang *kerahmatan* adalah upaya untuk membuat konsep bagi manusia adalah Islam dalam menjalani hidup.

Adapun tujuan dakwah adalah menyelamatkan manusia dari kegelapan menuju jalan terang benderang bila ditinjau dari segi umum. Adapun tujuan dakwah ada dua:

- 1) Tujuan khusus, yaitu dalam pelaksanaan dakwah terarah dari jenis kegiatan apa yang dilaksanakan, siapa sasaran berdakwah dan dengan cara apa dalam menyampaikan dakwah.
- 2) Tujuan umum, yaitu sesuatu yang hendak di capai dalam berdakwah. Tujuan dakwah secara umum adalah dimana dakwah harus diarahkan dan di tunjukkan.⁴⁸

⁴⁷ Anja Kusuma Atmaja, "Pluralism Nurcholish Madjid Dan Relevansinya Terhadap Problem Dakwah Kontemporer" (Jurnal Dakwah Risalah, Vol 31 2020), 112

⁴⁸ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009), 58

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bisa diartikan dengan metode penelitian dengan berlandaskan pada filsafat positivisme, hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi (membuat simpulan umum atau membentuk gagasan dari suatu kejadian).¹ Peneliti melihat, mengamati dan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi sesuai data yang ada di lapangan. Dalam metode penelitian kualitatif peneliti ikut berpartisipasi di lapangan. Penelitian kualitatif lapangan adalah penelitian kualitatif dengan peneliti langsung terjun ke lapangan, mengamati dan ikut berpartisipasi dalam penelitian tersebut.²

Penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pengelola *Instagram* @Ponpesriyadlatululum Dalam Penyampaian Informasi Dan Dakwah Pondok pesantren Riyadlatul Ulum Batanghari 39b Lampung Timur” dengan menggunakan penelitian dengan jenis kualitatif lapangan. Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh informasi dari informan. Penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian ini bersifat langsung dengan mendeskripsikan suatu fenomena, objek atau sekelompok orang, suatu

¹*Ibid*, 19

² Fadlun Maros, Etc. “Penelitian Lapangan (*Field Research*)” Megister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara (2016)

kondisi, suatu peristiwa atau suatu sistem gagasan yang kemudian akan ditulis dengan tulisan bersifat naratif.³

B. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh. Sumber data digunakan untuk menunjukkan seberapa valid penelitian yang dilakukan. Data yang digunakan untuk metode penelitian terdiri dari dua jenis yaitu data primer dan sekunder untuk mengungkapkan hal yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

1. Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang diperoleh dari hasil informasi tertentu tentang suatu data tentang masalah yang akan diteliti peneliti dari seseorang (sumber informan).⁴ Data murni yang didapatkan dari hasil sumber penelitian disebut sebagai data primer. Pemilihan data primer berdasarkan hasil kapasitas objek penelitian yang dinilai dapat memberikan informasi secara menyeluruh⁵. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian dalam judul “Strategi Komunikasi Pengelola *Instagram* @Ponpesriyadlatululum Dalam Penyampaian Informasi Dan Dakwah Pondok pesantren Riyadlatul Ulum Batanghari 39b Lampung Timur” adalah dengan metode survei yang didapatkan secara langsung. Sumber data primer dari penelitian ini adalah Pengelola *Instagram*

³ Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitaian Kualitatif*. (Sukabumi, Jawa Barat : Jejak Publisher, 2018), 09

⁴ Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Bandung: Pt. Remaja Rosda Karya, 2015), 87

⁵ Suharismi Arikunnto, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 37

@Ponpesriyadlatululum yang berada di Pondok pesantren dalam waktu yang lama dan memiliki kemampuan dalam mengolah media sosial *Instagram*. yaitu Ustadz Ahmad Syahroni, S.Pd dan Ustadz Mahbub Amirul Aziz, Tim RU Media dan pengguna *Instagram*.

2. Data Sekunder

Untuk memperkuat hasil penelitian tentang Strategi Komunikasi Pengelola *Instagram* @ponpesriyadlatululum Dalam Penyampaian Informasi Dan Dakwah Pondok pesantren Riyadlatul Ulum Batanghari 39b Lampung Timur ini harus ditunjang juga dengan data sekunder. Sumber data sekunder yaitu sumber informasi penunjang yang berhubungan dengan masalah dari penelitian baik sumber itu berupa orang, binatang, barang atau lainnya.⁶ Data sekunder melengkapi pemahaman peneliti dalam menganalisis data sesuai lingkup permasalahan. Data ini diperoleh dari berbagai macam sumber yang berkaitan dengan judul skripsi seperti buku-buku, jurnal, yang berkaitan dengan Strategi Komunikasi dalam Penyampaian Informasi dan Dakwah atau ebook yang berkaitan dengan judul penelitian.

C. Teknik Pengumpulan Data

Ketersediaan data yang memungkinkan dengan penggalian informasi dilapangan melalui berbagai jenis data yang dibutuhkan, teknik pengumpulan data dapat dilakukan peneliti sesuai dengan kondisi dan waktu serta biaya

⁶ Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Bandung: Pt. Remaja Rosda Karya, 2015), 87

yang tersedia dan mempertimbangkan hal lain demi efektifitasnya penelitian. Untuk mengumpulkan data peneliti menerapkan metode-metode sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah pencatatan dan pengamatan sistematis dari gejala yang diteliti. Observasi merupakan teknik untuk menggali data dari sumber-sumber berupa tempat, aktivitas, benda atau rekaman gambar dari pengamatan dan pengindraan. Data yang didapatkan dari observasi ialah memperoleh data dari lokasi penelitian.⁷ Dari observasi dapat dilihat dan diteliti apakah kejadian tersebut benar adanya untuk mendapatkan data yang lebih nyata dari suatu kejadian atau fenomena.

Teknik observasi yang digunakan oleh peneliti adalah observasi partisipan. Yaitu dengan ikut berpartisipasi dan terjun langsung dalam kegiatan yang sedang diteliti. Selain itu teknik observasi yang digunakan adalah observasi Terus Terang yaitu, peneliti berterus terang kepada sumber data menyatakan bahwa peneliti sedang melakukan penelitian. observasi ini bertujuan untuk meneliti tentang bagaimana Strategi Komunikasi Pengelola dalam menyampaikan Informasi dan Dakwah melalui akun *Instagram* @ponpesriyadlatululum.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih dan dilakukan langsung. Tujuan yang diperoleh dari

⁷ *Ibid*, 88

wawancara adalah untuk mendapatkan data valid. Karena tujuan utama wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang valid maka, perlu memperhatikan teknik wawancara seperti: memperkenalkan diri, menyampaikan maksud wawancara, menciptakan hubungan yang baik, memperbanyak mendengar daripada berbicara dan dapat bertanya dengan tepat agar bisa mendapatkan jawaban yang diharapkan.⁸

Teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara terpimpin. Yaitu dengan mempersiapkan pertanyaan terlebih dahulu sehingga wawancara lebih tersusun dan terarah. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui tentang bagaimana Strategi Komunikasi Pengelola dalam menyampaikan Informasi dan Dakwah melalui akun *Instagram* @ponpesriyadlatululum. Supaya data yang di dapatkan sesuai maka wawancara ini ditujukan pada 8 orang yaitu, 2 orang Pengelola Pondok pesantren, 1 orang anggota media dan 2 orang pengguna *Instagram*.



Gambar 1 wawancara dengan Pengelola Ustadz Ahmad Syahroni, Spd

⁸ Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Bandung: Pt. Remaja Rosda Karya, 2015), 88



Gambar 2 Wawancara dengan Pengelola Ustadz Mahbub Amirul Aziz



Gambar 3 wawancara dengan tim media



Gambar 4 Wawancara Dengan Pengguna Instagram



Gambar 5 Wawancara Dengan Pengurus Sekaligus Pengguna Instagram

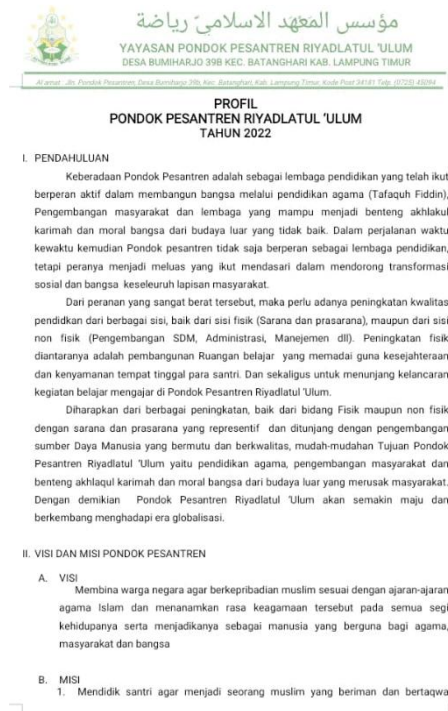
3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data dengan dokumen berupa arsip, catatan buku, surat, majalah dan lain-lain. Dokumentasi digunakan untuk mendapat teori-teori atau konsep sebagai bahan perbandingan, penguat atau penolak pada hasil penelitian untuk mengambil kesimpulan.⁹ Keuntungan dari teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumentasi adalah biaya murah juga bisa digunakan secara efisien. Sedang kelemahan dari metode ini adalah data yang digunakan bisa jadi dokumen lama dan apabila data yang di cetak salah maka bisa jadi peneliti juga salah mengambil data.¹⁰

Adapun metode dokumentasi yang menjadi pelengkap, peneliti mengambil foto dokumentasi dari postingan yang ada di instagram, mengambil foto dokumentasi kegiatan, profil Pondok pesantren serta hal-hal yang menjadi penguat dalam penelitian.

⁹ *Ibid*, 91

¹⁰ Hardani, Nur Hikmatul Auliya Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. (Yogyakarta: Cv Pustaka Ilmu, 2020), 120



Gambar 6 profil Pondok pesantren Riyadlatul Ulum



Gambar 7 Peringatan Hari Guru



Gambar 8 Dakwah Yang Disampaikan Asatidz

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Sebuah penelitian pada dasarnya adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mendapat penyelesaian dari suatu masalah atau menemukan pengalaman baru. Penelitian bisa dikatakan kredibel jika yang dilaporkan pada penelitian sama atau sesuai dengan yang terjadi di lapangan.

Untuk mengetahui keabsahan data yang diperoleh maka penelitian menggunakan teknik Triangulasi. Teknik ini digunakan untuk memeriksa seberapa valid dari hasil yang sudah didapatkan dari penelitian. Triangulasi adalah suatu pendekatan dari analisa data yang mensisitesa berbagai sumber. Triangulasi mencari pengujian data yang sudah ada dengan cepat untuk menguatkan tafsir serta meningkatkan kebijakan dan program dengan bukti yang tersedia dengan cara menguji informasi dengan mengumpulkan data

yang berbeda dan data yang berbeda dari kelompok yang berbeda, penemuan memungkinkan untuk mendapatkan ketetapan data.¹¹ Teknik triangulasi yang digunakan peneliti adalah

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber yaitu menguji data dari berbagai sumber informan yang akan diambil datanya. Triangulasi sumber dapat memperkuat kevalidan data dengan cara mengecek data yang diperoleh selama perisetan melalui beberapa sumber atau informan.¹² Misal, selain melalui wawancara peneliti juga menggunakan observasi, dokumen tertulis, arsip, catatan atau tulisan dan gambar. Yang kemudian menghasilkan bukti atau data yang berbeda yang akan memberikan pandangan terhadap fenomena yang diteliti. Dengan kata lain triangulasi sumber adalah membandingkan fakta dari satu sumber dengan sumber yang lain.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk menguji sebuah data dengan mencari kebenaran data terhadap sumber yang sama melalui teknik yang berbeda. Maksudnya peneliti menggunakan beberapa teknik yang berbeda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.¹³ Dalam hal ini peneliti

¹¹ Bachtiar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif" *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol.10 (2010), 55

¹² Andaruani Alfanayur, Mariyani. *Seni Menelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial*. Jurnal Vol. 5, No. 2, 2020, 149

¹³ Andaruani Alfanayur, Mariyani. *Seni Menelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial*. Jurnal Vol. 5, No. 2, 2020, 149

bisa menggabungkan wawancara, observasi dan dokumentasi yang digabungkan sehingga memperoleh kesimpulan.

3. Triangulasi waktu

Waktu turut mempengaruhi daya data dapat dipercaya¹⁴. Missal data yang dikumpulkan ketika waktu masih pagi hari dengan kondisi narasumber sedang sehat dan pikiran sedang segar, maka data yang di dapatkan akan lebih valid sehingga lebih kredibel. Maka dalam pengujian data peneliti bisa melakukan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu yang berbeda. Apabila terdapat perbedaan dalam data, maka dilakukan secara berulang ulang hingga mendapatkan hasil kepastian datanya.

E. Teknik Analisa Data

Analisa data merupakan langkah yang dilakukan setelah proses pengumpulan data selesai dikerjakan. Analisa data digunakan untuk memecahkan masalah. Data mentah yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis agar dapat memperoleh jawaban masalah dan untuk menguji hipotesis. Analisis data adalah upaya mencari lalu menata secara sistematis hasil catatan observasi, wawancara, dokumen atau yang lainnya sebagai upaya meningkatkan pemahaman peneliti terhadap kasus yang diteliti dan kemudian menyajikannya sebagai temuan orang lain. Sedang untuk

¹⁴ *Ibid*, 150

meningkatkan pemahaman, perlu melanjutkan analisis untuk mencari makna.¹⁵

Analisis data meliputi kegiatan-kegiatan seperti pelacakan, pengorganisasian, pemecahan dan sintesis, mencari pola serta menentukan bagian yang akan dilaporkan sesuai focus penelitian. Analisa dapat dilakukan secara berkelanjutan dan berulang-ulang Langkah langkah analisis data penelitian kualitatif menurut M.B Miles & A.M Huberman adalah dengan mereduksi data, display data (kategori), menyimpulkan dan verifikasi.¹⁶

1. Reduksi Data (Fokus pada Hal Pokok)

Pada proses reduksi (rangkuman data), pencatatan dilakukan di lapangan kemudian dirangkum dengan mencari data penting yang berhubungan dengan permasalahan. Laporan yang ditulis dapat berbentuk uraian atau terperinci. Karena laporan akan terus bertambah maka laporan tersebut perlu direduksi, dirangkum, dipilah hal pokoknya, difokuskan pada hal penting dan difokuskan pada tema permasalahan.

2. Display (kategorisasi)

Display adalah mengategorikan suatu analisis yang berkait pada fokus dan aspek masalah yang di teliti dari banyaknya data yang ada untuk mendapat kesimpulan yang tepat dan tidak tersesat dalam tumpukan detail.

¹⁵ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif" Jurnal Alhadhrh Uin Antasari Banjarmasin, Vol 17, No. 33 (2018), 80

¹⁶ Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*, (Bandung: Pt. Remaja Rosda Karya, 2015), 93

3. Mengambil Kesimpulan dan Verifikasi

Terakhir, adalah mengambil kesimpulan dan memverifikasi data dengan data yang baru, memungkinkan di dapatkan keabsahan hasil penelitian. Pengambilan kesimpulan dan verifikasi merupakan suatu kegiatan dari suatu konfigurasi utuh. Data yang telah di dapatkan di cek kembali dari catatan yang sudah dibuat kemudian membuat simpulan sementara. Kesimpulan keseluruhannya bisa diambil setelah laporan dari data berakhir.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian

1. Deskripsi dan Sejarah Lokasi Penelitian

Pondok pesantren Riyadlatul Ulum merupakan salah satu Pondok pesantren yang terdapat di Lampung timur. Persisnya di dusun Bumiharjo 39 B Batanghari Lampung Timur yang berjarak sekitar 3,5 km dari kota Metro. Pondok pesantren Riyadlatul Ulum berafiliasi pada Nahdlatul Ulama dan merupakan pesantren *Salaf* yang mengarah ke modern sehingga menekankan pada kemampuan membaca kitab kuning untuk pembelajaran sehari-hari dan tidak ketinggalan dengan Modernisasi Informasi.

Pondok pesantren Riyadlatul Ulum di dirikan oleh KH. A. Nuruddin An-Nawawi SY yang dibantu oleh sebagian figure warga diwilayah tersebut. Minimnya sarana pendidikan islami diwilayah setempat, sementara besar masyarakat berkeyakinan islam, menjadi latar belakang berdirinya Pondok pesantren Riyadlatul Ulum. Tepat pada hari Rabu 1 Januari 1978 Pondok pesantren Riyadlatul Ulum sah didirikan dengan sarana yang masih terbatas. Diatas tanah yang berdimensi 900 m² yang merupakan hadiah dari H. Syahroni, dibangun 3 lokal asrama berdimensi 5x10 m yang pada saat itu terdapat 15 santri putra dan 12 santri putri yang disiapkan asrama berdimensi 6x9 m.¹

¹ Berdasarkan Penjelasan Dari Ketua Yayasan Pondok pesantren Gus Kholid Misbahul Munir Dalam Acara Orientasi Santri Baru (Os) “Sejarah Pondok pesantren Riydlatul Ulum” Pada Agustus 2020

2. Visi dan misi Pondok pesantren riyadlatul ulum

Visi dan misi Pondok pesantren Riyadlatul Ulum dapat dilihat pada dinding kantor pusat juga bisa dilihat di *Instagram* @ponpesriyadlatululum dan website. Gambar disertakan pada dokumentasi penelitian, adapun Visi dan Misi Pondok pesantren Riyadlatul Ulum adalah:²

1) Visi Pondok pesantren Riyadlatul Ulum

Mewujudkan Pondok pesantren yang unggul dalam mewujudkan santri yang berilmu, beramal dan berakhlakul karimah.

2) Misi Pondok pesantren Riyadlatul Ulum

- a) Mendidik santri agar menjadi muslim yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT, berakhlak mulia, memiliki kecerdasan, kemandirian, keterampilan dan sehat lahir batin sebagai warga Negara yang berpancasila.
- b) Mendidik santri menjadi manusia muslim selaku kader Ulama dan Mubaligh yang berjiwa Ikhlas, tabah, tangguh dalam mengamalkan ajaran islam secara utuh dan dinamis.
- c) Mendidik santri untuk memperoleh kepribadian dan mempertebal semangat kebangsaan agar dapat menumbuhkan manusia-manusia pembangun yang dapat membangun dirinya dan bertanggung jawab kepada pembangunan bangsa dan Negara.

² Profil Pondok pesantren Riyadlatul Ulum 2022

- d) Mendidik tenaga penyuluh pembanguna mikro (keluarga) dan regional (pedesaan/masyarakat lingkungan).
- e) Mendidik santri agar menjadi tenaga yang cakap dalam berbagai sector pembangunan mental spiritual. Mendidik santri agar dapat membantu meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat lingkungan dalam rangka usaha pembangunan masyarakat bangsa.

3. Program Pondok pesantren

Adapun program pendidikan yang bersifat formal dan non formal yaitu:³

a) Pendidikan formal:

- Mts Riyadlatul Ulum
- PKPPS Riyadlatul Ulum
- SMK Riyadlatul Ulum

b) Pendidikan non formal

- Ulumul Lughoh Al Arabiyyah (Nahwu dan Shorof)
- Ulumul Qur'an
- Ulumul Syari'ah
- Ulumul Hadist
- Akidah Akhlak
- PPI (Praktek Pengalaman Ibadah)
- Pengajian Rutin Mingguan (Majlis Ta'lim)
- *Khitobah* Rutin Mingguan
- *Sorogan* Rutin Mingguan

³ Profil Pondok pesantren Riyadlatul Ulum 2022

- *Bahtsul Masail* Rutin Bulanan
- *Manaqib* Syekh Abdul Qodir Al Jaelani
- Seni (*Al Barzanji*, *Mawalan* Dan *Sholawatan/Hadroh*)
- Seni Baca Al Qur'an (Qiroatul Qur'an)
- Takror
- Kegiatan Ekstrakurikuler (Kaligrafi, Melukis, Jurnalistik, Kursus Bahasa Arab dan Inggris, Pramuka Santri dan Olahraga)

4. Peraturan Pondok pesantren Riyadlatul Ulum

Untuk menertibkan dan medisiplinkan santri maka diperlukan adanya peraturan yang harus di patuhi. Peraturan pondok pesantren biasanya disampaikan pada santri satu minggu dari kedatangan santri pada acara Orientasi Santri Baru (OSB) dan ditulis di buku izin perpulangan santri. Adapun peraturan peraturan tersebut adalah :⁴

- 1) Seluruh Santri Dilarang Keluar pesantren tanpa seizing pengurus
- 2) Seluruh santri dilarang menonton tontonan kecuali yang telah diizinkan oleh pondok pesantren.
- 3) Seluruh santri wajib ro'an (kerja bakti) sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.
- 4) Seluruh santri wajib ronda (jaga malam) sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.
- 5) Seluruh santri wajib menjaga alat-alat inventaris pondok pesantren.
Seluruh santri wajib berjama'ah di mushola Pondok pesantren.

⁴ Profil Pondok pesantren Riyadlatul Ulum 2022

- 6) Seluruh santri wajib mengikuti takror (diskusi) pada waktu yang telah diteapkan.
- 7) Seluruh santri apabila keluar:
Bagi santri putra: wajib berpeci dan berpakaian sopan.
Bagi santri putri: wajib berhijab dan berpakaian sopan.
- 8) Seluruh santri dilarang memakai kaos dan kemeja pendek dalam bentuk apapun pada saat pengajian dan sholat jama'ah
- 9) Seluruh santri diperkenankan pulang satu bulan sekali. jika dalam masa perizinan belum kembali ke pondok tanpa ada alasan dari wali santri maka akan dikenakan sanksi.
- 10) Seluruh santri dilarang memakai
Bagi santri putra: levis, celana pensil, hawai dan pakaian yang tidak sesuai dengan norma-norma pondok pesantren.
- 11) Seluruh santri dilarang merokok di usia sekolah (SD, SLTP, SLTA).
- 12) Selutuh santri putra dilarang keluar pondok pesantren lewat pukul 23.00 WIB, seluruh santri putri dilarang keluar pesantren ba'da ashar.
- 13) Saluruh santri dilarang aktif mengikuti kegiatan latihan pencak silat dari organisasi jenis apapun dan mengamalkan amalan organisasi tersebut selama masih mukim di pondok pesantren.
- 14) Seluruh santri dilarang masuk kantor tanpa ada keperluan dan harus berpakaian sopan (putra berpeci dan putri berhijab)

- 15) Seluruh santri dilarang main-main dan ngobrol di dalam dan di depan mushola.
- 16) Seluruh santri dilarang keluar dari mushola sebelum kegiatan selesai.
- 17) Seluruh santri dilarang kumpul-kumpul/ ngobrol saat kegiatan pengajian.
- 18) Seluruh santri dilarang memakai alas kaki di jalur suci
- 19) Seluruh santri wajib turun dari kendaraan ketika melintasi makam.
- 20) Setiap mengikuti kegiatan, santri wajib menjaga keamanan masing-masing.
- 21) Seluruh santri harus tepat waktu dalam mengikuti seluruh kegiatan.
- 22) Seluruh santri dilarang membawa jenis senjata tajam yang membahayakan.
- 23) Seluruh santri dilarang menggunakan arus listrik tanpa sepengetahuan pengurus kecali yang sudah ditetapkan oleh pondok pesantren.
- 24) Seluruh santri dilarang membawa HP, Laptop, MP3, dan alat elektronik lainnya kecuali yang sudah ditetapkan oleh Pondok pesantren.**
- 25) Bagi santri yang tidak masuk sekolah, wajib memakai surat izin pondok dari pengurus yang berwenang.
- 26) Seluruh santri dilarang membawa buku-buku bacaan dan gambar-gambar yang bersifat amoral.

- 27) Seluruh santri dilarang bermain dan menyimpan jenis permainan larangan agama.
- 28) Seluruh santri dilarang mengotori local, mushola dan dilarang membuang sampah sembarangan.
- 29) Seluruh santri dilarnng ,mencuri, mengghosob (memakai barang orang lain tanpa izin).
- 30) Seluruh santri dilarang:
 - Putra : berambut panjang (gondrong), pirang dan yang tidak sesuai dengan norma pondok pesantren.
 - Putri : berambut ribonding, menyerupai laki-laki, pirang, pikok, dan yang tidak sesuai dengan norma Pondok pesantren.
- 31) Seluruh santri dilarang membawa sepeda motor kecuali yang sudah ditetapkan oleh Pondok pesantren.
- 32) Seluruh santri putra-putri dilarang berhubungan (pacaran).
- 33) Seluruh santri putra-putri dilarang berhubungan (bertrmu) kecuali ada hajat yang penting (haus lewat pengurus) di kantor.

5. Akun Instagram @ponpesriyadlatululum

Akun ini adalah salah satu sarana yang digunakan untuk menyebarkan informasi dan dakwah langsung dari pondok pesantren. Akun ini dibuat pada tahun 2017 oleh sekretaris pondok terdahulu yaitu bapak Mashurin. Akun ini mengalami pasang surut dalam penggunaannya. Perannya pernah tergantikan oleh organisasi Al-Mukasyafah yang

bergerak pada bidang Jurnalistik. Akun ini kembali bergerak pada tahun 2022 setelah terbentuknya Tim RU Media.⁵

Tabel 1 struktur masing-masing divisi:

NO	NAMA	JABATAN
1.	Ust. Ahmad Syahroni, S.Pd	Pembina Dan Pengelola Instagram
2.	Mahbub Amirul Aziz	Ketua dan Pengelola Instagram
3.	Matsna Kamila	Wakil
4.	Elisa Widyastuti	Sekretaris
5.	Hanifah Wardatul Ummah	Bendahara
6.	Wulan Sari	Divisi Fotografi
7.	Yola Dewi Lestari	Divisi Fotografi
8.	Laila Nur Salsabila	Divisi Fotografi
9.	Rivo Delwanto	Divisi Fotografi
10.	Adrian	Divisi Fotografi
11.	Mistiah	Divisi Videografi
12.	Nurul Hidayah	Divisi Videografi
13.	Dea Lestari	Divisi Videografi
14.	Ahmad Ghozan	Divisi Videografi
15.	Raghib Nurmahin	Divisi Design
16.	Samsul Bahri	Divisi Design
17.	Siska Haryani	Divisi Design
18.	Mahbub Amirul Aziz	Divisi Publikasi
19.	Rima Noor Fitria	Divisi Publikasi

Adapun penjelasan tentang divisi adalah sebagai berikut:

- Divisi Fotografi

Divisi fotografi atau fotografer adalah tim yang bekerja di bagian mengambil foto, baik foto orang, objek atau peristiwa

- Divisi Videografi

Divisi Videografi adalah tim yang bekerja di bagian mengambil video, baik orang, objek atau peristiwa dengan merekam kejadian tersebut.

⁵ Berdasarkan Wawancara Dengan ustadz Ahmad Syahroni sebagai Pembina Ru Media Sekaligus Pengelola Akun Instagram @Ponpesriyadlatululum Pada 13 April 2023

- Divisi Design

Divisi desain atau biasa dikenal dengan desainer adalah sekelompok tim yang bekerja untuk menciptakan ilustrasi , tipografi atau lainnya untuk membuat tampilan lebih menarik.

- Divisi Publikasi

Divisi ini bertanggung jawab untuk mempublikasikan hasil dari pengambilan gambar atau video yang telah di edit untuk disebarakan melalui media masa.

6. Profil dan logo @ponpesriyadlatululum

a. Profil Info @ponpesriyadlatululum

Nama : Ponpes Riyadlatul Ulum

Founder : Ust. Mashurin

Alamat : Jl. Pondok Pesantren Riyadlatul Ulum,
Desa Bumi Harjo 39b Kec. Batanghari,
Kab. Lampung Timur

Kontak : 0857-8339-4070 (Whatsapp)



Gambar 1 Tampilan Profil *Instagram* @ponpesriyadlatululum⁶

B. Logo



Gambar 2 Foto Profil *Instagram*⁷

⁶ Diambil pada 7 juli 2024

⁷ Ibid

B. Pembahasan

1. Strategi komunikasi Pengelola *Instagram* @ponpesriyadlatululum

Seperti yang sudah ditulis sebelumnya, *Instagram* dirasa penting sebagai salah satu penunjang kemajuan pondok pesantren tanpa harus bersosialisasi langsung ke komunikan. Dengan adanya *Instagram* komunikan tidak harus langsung datang ke lokasi untuk bisa mengetahui kegiatan yang ada di pondok pesantren dan hanya dengan melihat *Streaming* atau dengan melihat postingan yang di unggah di media sosial *Instagram* @ponpesriyadlatululum.

Hal ini ternyata efektif untuk menarik santri baru tanpa harus mengunjungi langsung Pondok pesantren. Dilihat dari banyaknya santri yang langsung mendaftar ke pondok pesantren tanpa survei lokasi sebelumnya.⁸ Tetapi seperti yang tertera diatas, masih ada beberapa masalah yang bisa mengakibatkan miskomunikasi. Adapun streregi yang dilakukan oleh Pengelola adalah:

a. Strategi Perencanaan

1) Menyusun Jadwal

Untuk menentukan langkah awal maka diperlukan rangkaian kegiatan yang akan dilakukan kedepannya. Maka dari itu diperlukan jadwal untuk mengurutkan rangkaian kegiatan dan waktu pelaksanaan kegiatan. Dari hal tersebut Pengelola mengatakan bahwa dalam pelaksanaan kegiatan diperlukan adanya jadwal agar

⁸ Berdasarkan Wawancara Dengan ustadz Ahmad Syahroni sebagai Pembina Ru Media Sekaligus Pengelola Akun *Instagram* @Ponpesriyadlatululum Pada 13 April 2023

kegiatan yang dilaksanakan dapat lebih tersusun dan lebih mudah dijalankan.

“kalo jadwal penguploadan sebenarnya belum terealisasikan ya karena melihat ada atau tidaknya konten yang mau di upload. Sebenarnya kalo dari kita rencana awalnya minimal seminggu sekali bisa upload tapi seperti ini belum bisa.”⁹

Dari penuturan yang sudah disampaikan oleh Pengelola yaitu ust Ahmad Syahroni S,Pd dapat disimpulkan bahwa rencana awal penguploadan adalah seminggu sekali, tapi jika melihat situasi kondisinya maka penguploadan dilakukan secara beracak tergantung dengan adanya konten. Pada saat ini penguploadan lebih banyak melalui akun media sosial *Tik-Tok* dari pada *Instagram* dikarenakan *followers* dan *viewers* lebih banyak dari *tik-tok* dibandingkan dengan *Instagram*.

Adapun konten yang diupload adalah video cinematic, video yang mengikuti dengan trend, foto hari peringatan, foto dakwah dari asatidz dan foto tentang kegiatan yang dilakukan di pondok pesantren. Adapun rencana jadwal konten pada akun @ponpesriyadlatululum adalah:¹⁰

Hari	Konten
Senin	Dakwah dari dewan guru (dawuh guru)
Selasa	

⁹ Berdasarkan Wawancara Dengan ustadz Ahmad Syahroni sebagai Pembina Ru Media Sekaligus Pengelola Akun Instagram @Ponpesriyadlatululum Pada 13 April 2023

¹⁰ Berdasarkan Wawancara Dengan Ust Mahbub Amirul Aziz Pada 10 Juli 2024

Rabu	Dakwah dari para 'ulama (dawuh ulama)
Kamis	
Jum'at	Ekstrakurikuler yang ada di pondok pesantren dari organisasi pondok pesantren
Sabtu	Sorogan, berjanji asrama, do'a bersama (istighotsah), bahtsul masail, muhadloroh
Minggu	Pengajian mingguan, ro'an akbar

Tabel 1 rencana jadwal konten

2) Rencana program oleh pengelola *Instagram* @ponpesriyadlatululum

Dakwah	Kata-kata mutiara dari Asatidz dan Ulama Kajian dakwah dari Asatidz Do' a-do'a atau amalan harian
Informasi	Ucapan-ucapan (selamat, berduka cita, juara, pernikahan, hari-hari penting) Perlombaan yang diadakan di pondok pesantren Riyadlatul Ulum Kegiatan Penting atau acara besar di Pondok pesantren Kegiatan harian yang ada di Pondok pesantren Riyadlatul Ulum, baik kegiatan diniyah (mengaji), kegiatan Ekstrakurikuler, dan agenda lainnya. Jadwal

	pendaftaran (Pondok pesantren, MTs, SMK, PKPPs, Tahfidzul Qur'an) ¹¹
--	---

Tabel 2 rencana program

b. Strategi Mendapatkan Pesan

1) Menentukan Konten/Topik

Konten atau topik yang di pilih oleh akun @ponpesriyadlatululum adalah tentang informasi berkaitan dengan Pondok pesantren dan dakwah. Informasi yang disebarkan biasanya tentang jadwal kegiatan yang akan dilaksanakan, informasi perlombaan, kegiatan tentang Pondok pesantren dan sekolah, informasi penerimaan santri baru dan hari peringatan. Sedangkan tentang dakwah adalah kajian yang disampaikan oleh masayikh, para asatidz atau dari para ahli agama. Dakwah yang disampaikan biasanya dapat berupa kata-kata mutiara atau hikmah dari kajian yang telah disampaikan. Pada saat ini terdapat sebanyak 288 postingan dengan 36 konten berisikan dakwah dan 252 untuk konten berisi tentang informasi dengan informasi tentang hari peringatan 48, ucapan 40, perlombaan 25 dan 139 kegiatan pondok pesantren.

¹¹ Berdasarkan Wawancara Dengan Ust Mahbub Amirul Aziz Pada 10 Juli 2024



Gambar 9 konten yang berisi kajian dakwah dari asatidz

Gambar tersebut merupakan salah satu dakwah yang diisi oleh KH. M. Muallim Ridwan selaku guru sekaligus pengasuh di Pondok pesantren Riyadlatul Ulum. Dakwah tersebut berisi tentang 4 jenis manusia menurut imam Al- Ghozali yang diambil dari kitab *Ihya Uluum al-Diin* juz 1 karya dari syekh Kholil bin Ahmad. Dalam dakwahnya abah menjelaskan bahwa Syekh Al-Kholil bin Ahmad berkata: “Manusia itu ada empat, (1) Seseorang yang mengetahui dan sadar bahwa dirinya mengetahui, itulah orang yang berilmu, maka ikutilah. (2) Seseorang yang mengetahui dan tidak sadar bahwa dirinya mengetahui, itulah orang yang tidur, maka bangunkanlah. (3) Seseorang yang tidak mengetahui dan sadar bahwa dirinya tidak mengetahui, itulah orang yang mencari petunjuk atau bimbingan, maka tujukkanlah atau bimbinglah. (4) Seseorang yang tidak mengetahui dan tidak sadar bahwa dirinya

tidak mengetahui, itulah orang bodoh, maka tolaklah (hentikanlah).”



Gambar 10 konten yang berisi kajian dakwah dari asatidz

Gambar tersebut merupakan dakwah yang berisi kata kata mutiara atau yang disebut “*dawuh*” yang artinya perintah yang disampaikan oleh salah satu guru Nahwu di Pondok pesantren Riyadlatul Ulum Agus Jamzuri Ahmad. Dalam *dawuhnya* beliau menuturkan “*santri sing hebat iku uduk santri seng iso khatam Alfiyyah, tapi santri seng hebat kui seng iso ngaji kanti istiqomah*” yang artinya “santri yang hebat itu bukan santri yang bisa khatam kitab Alfiyyah, tetapi santri yang hebat itu santri yang bisa mengaji dengan istiqomah.”

Adapun maksud dari ucapan tersebut santri bisa dibilang hebat karena menyelesaikan kitab *Alfiyyah* (kitab yang mengkaji gramatika arab) atau dalam artian pintar. Tetapi santri yang

dianggap hebat adalah santri yang terus menerus mengaji dengan istiqomah.



Gambar 11 Konten Informasi Perlombaan Yang Akan Diadakan Di Pondok pesantren

Gambar tersebut merupakan salah satu contoh konten yang berisi tentang informasi yaitu informasi tentang perlombaan yang akan diadakan di pondok pesantren pada tanggal 20 Juni 2024. Adapun dalam informasi tersebut berisi tentang acara, ketentuan perlombaan, waktu perlombaan dan hadiah yang akan didapatkan.

Nama acara : Festival Seni Islam Se-Lampung

Tema : “GAMELAN”(Gema Alunan Melodi Sholawatan)

Timeline : Pendaftaran : 1 Mei-2 Juni 2024 (Online)

Technical Meeting : Minggu, 2 Juni 2024

Tempat : Perlombaan : 20 Juni 2024

Hadiah : Pondok pesantren Riyadlatul ‘Ulum
Hadiah Utama 7,2 Juta Rupiah Dan 1 Ekor Kambing

Contact : Hadiah Lainnya, 3 Basor, 2 Ayam Jago, Piagam Penghargaan Dan Piala Tetap

Ust. Rifqi Badrul : 0857 8860 9813

Ust. Dwi Murdhoto : 0812 7243 4809



Gambar 12 Konten Informasi Tentang Hari Peringatan Kebangkitan Nasional ke 116 tahun pada 20 Mei 2024

2) Menetapkan Komunikator

Komunikator merupakan pihak yang mengirim pesan pada penerima pesan (komunikan). Maka dari itu diperlukan komunikator yang cakap sehingga pesan yang di dapatkan dan diterima bisa tersampaikan dengan baik. Adapun dalam hal ini ust

Mahbub menuturkan bahwa pesan yang di dapatkan dari beberapa sumber. Pesan yang didapatkan bisa berasal langsung dari kantor pusat, asatidz atau dewan guru atau dari para murid.

“biasanya dalam mencari komunikator atau penyampai pesan kita biasanya tau dari atasan langsung seperti ust ahmad syahroni atau bapak ibu yang ada di kantor. Biasanya kita dikasih tau sebelumnya tentang acara atau terkait jadwal-jadwal gitu. Selanjutnya kita mengolah berita-berita tersebut agar bisa disampaikan dan diterima dengan layak oleh masyarakat”¹²

Selain dari pihak kantor pusat, biasanya pesan tentang dakwah di dapatkan dari asatidz atau asatidzat baik secara langsung atau tidak langsung.

“kalo seumpamanya pesannya tentang dakwah biasanya kita dapat dari dewan guru, bisa abah, keluarga ndalem atau dari para dewan guru. Nah biasanya kita dapetnya ini kalo nggak langsung dengerin dari beliau beliau kita biasanya Tanya sama murid-murid beliau karna biasanya beliau-beliau menyelipkan kata-kata mutiara di tengah tengah pelajaran mengaji.”¹³

Dari pemaparan yang disampaikan oleh ust mahbub dapat disimpulkan bahwa Pengelola mendapatkan komunikator yang baik sehingga pesan yang disampaikanpun dapat dipastikan kebenarannya.

3) Menentukan Target Sasaran

Target sasaran akun *Instagram* @ponpesriyadlatululum mencakup ke segala kalangan masyarakat dari semua kalangan usia dan jenis kelamin. Khususnya pada wali santri atau santri yang

¹² Wawancara Dengan Ketua Tim RU Media Sekaligus Pengelola *Instagram* @Ponpesriyadlatululum, Mahbub Amirul Aziz Pada Tanggal 27 Januari 2024

¹³ *Ibid*

sedang mencari tempat belajar dengan Pondok pesantren dan pada santri mukim atau santri yang sudah tidak lagi tinggal di Pondok pesantren.

“untuk target sasaran utamanya ya santri yang mau masuk ke sekolahan yang dilengkapi Pondok pesantren. Jadi kalau Cuma lihat dari poster dan sosialisasi saja belum cukup. Maka kita juga membuat akun untuk melihat lebih banyak tentang Pondok pesantren dan sekolahannya”¹⁴

Selain itu, untuk mencapai segmen pasar dan juga untuk meningkatkan kepuasan dari konsumen di perlukan adanya sebuah target selanjutnya. Hal ini juga telah di sampaikan oleh ust. Ahmad Syahroni selaku Pengelola Instagram @ponpesriyadlatululum sekaligus sekretaris Pondok pesantren:

“Saya juga memiliki target agar Instagram atau media lainnya bisa menjangkau berita ke tempat yang lebih luas tidak hanya berita tentang Pondok pesantren saja seperti ke masyarakat sekitar atau bahkan jika bisa lebih luas lagi. Selain itu saya juga punya target upload konten seminggu sekali, kan masih banyak nih kegiatan yang belum di upload, kaya misalnya sorogan, bandungan, khitobah, kegiatan ngaji sehari hari sama acara-acara penting.”¹⁵

Seperti yang telah di ungkapkan di atas, Target pada Instagram @ponpesriyadlatululum adalah aktif dalam penguploadan tentang kegiatan harian dan aktif dalam peringatan hari-hari penting. Pada saat ini untuk kegiatan penguploadan hari penting sudah terlaksana 50% tetapi masih kurang terlaksana dalam penguploadan tentang kegiatan harian seperti kegiatan mengaji,

¹⁴ Berdasarkan Wawancara Dengan ustadz Ahmad Syahroni sebagai Pembina Ru Media Sekaligus Pengelola Akun Instagram @Ponpesriyadlatululum Pada 13 April 2023

¹⁵ Berdasarkan Wawancara Dengan ustadz Ahmad Syahroni sebagai Pembina Ru Media Sekaligus Pengelola Akun Instagram @Ponpesriyadlatululum Pada 13 April 2023

sorogan, bandungan, khitobah dll dan amsih belum bisa menguplad secara rutin.

c. Strategi Mengolah Pesan

1) Teknik Menyusun Pesan

Dalam menyusun pesan Pengelola mengatakan bahwa hal yang harus diperhatikan dalam penyusunan pesan adalah teknik penlisan dengan memilih kata-kata menarik, membuat gambar menjadi lebih menarik dan mengikuti trend yang sedang naik daun. Seperti yang dikatakan oleh ust Mahbub:

“pertama kita ambil gambar dan pilih yang paling bagus. kalo menyusun pesan biasanya kita buat tampilan semenarik mungkin, lalu kita bumbu lagi dengan kata-kata yang menarik juga. Lalu kita juga selalu pantau trend apa yang sedang populer. Memang kita biasanya lebih banyak upload ke tik-toknya daripada IG, tapi kita usahakan IG juga bisa terus upload”¹⁶

Dengan adanya hal yang menarik dari *Instagram* @ponpesriyadlatululum ini maka Pengelola mengharapkan bahwa akun ini dapat terus lestari dan dapat menambah peminat di akun @ponpesriyadlatululum.

Ungkapan tersebut juga dibenarkan oleh salah satu pengguna *Instagram* Sri Rahayu yang membenarkan dengan konten yang menarik orang-orang menjadi lebih penasaran dan tertarik. Dalam ungkapannya:

¹⁶ Wawancara Dengan Ketua Tim RU Media Sekaligus Pengelola *Instagram* @Ponpesriyadlatululum, Mahbub Amirul Aziz Pada Tanggal 27 Januari 2024

“iya, saya sendiri juga gitu, kalo seumpamanya liat konten yang menarik langsung *kepo* dengan konten yang lain. Karna menarik kita coba *Stalking* dan liat konten-konten yang lain juga”¹⁷



Gambar 12 Konten Dengan Pemilihan Kata Dan Gambar Yang Menarik

Gambar tersebut merupakan salah satu contoh konten gambar berisi tentang informasi tentang jadwal kepulangan ke Pondok pesantren dengan menggunakan kata-kata yang menarik. Adapun kata kata yang tertera pada gambar tersebut adalah:

“Halo semuanya! Sudah saatnya kita berkumpul kembali ke pesantren. Mari ditata kembali niat kita untuk berholabul ilmi dengan penuh istiqomah. Ditunggu kehadirannya dan jangan lupa oleh olehnya yaa!”

Gambar tersebut memberikan informasi agar jangan sampai telat pulang ke Pondok pesantren dan untuk mengajak kembali memperbaiki dan menata niat sebelum kembali ke Pondok pesantren.

¹⁷ Wawancara dengan salah satu pengguna *Instagram* Sri Rahayu Febrianti pada 28 Januari 2024

2) Menetapkan Tim Kerja

Dalam proses mengolah informasi dan dakwah sampai dapat dinikmati oleh pengguna tentunya memerlukan proses yang panjang. Maka dari itu untuk mempermudah pekerjaan Pengelola memilih alternative untuk membuat sebuah tim yang di beri nama RUmedia. Hal ini daisampaikan juga oleh ust. Ahmad Syahroni dalam wawancara:

“dulu akun ini pernah mati, nggak cuma akun ini tapi akun yang lainnya juga mati, seperti website dan facebook, makannya saya buat tim ini, RU Media. Harapannya setelah di bentuk tim media ini, akun akun tersebut dapat hidup lagi dan kegiatan yang ada di pondok bisa lebih tersebar ke masyarakat.”¹⁸

Sesuai dengan namanya RU Media adalah tim kreatif dalam bidang jurnalistik yang mengelola website & media Pondok pesantren Riyadlatul 'Ulum yang meliputi : *Facebook, Instagram, Youtube, Tik-Tok* dan Website resmi pondok pesantren. Tim media sudah sangat umum di kalangan Pondok pesantren Lampung, bahkan pondok yang belum memiliki tim Media di rasa tertinggal, seperti ucapan yang disampaikan oleh Mahbub Amirul Aziz selaku ketua Tim RU Media sekaligus Pengelola *Instagram @ponpesriyadlatululum*:

“ membuat Tim Media itu sangat bagus sekali efeknya bagi Pondok pesantren. Dengan adanya Tim media ini Pondok pesantren bisa dengan mudah menyebarkan informasi dan dakwah melalui media, bukan hanya di *Instagram* saja, tapi

¹⁸ Berdasarkan Wawancara Dengan ustadz Ahmad Syahroni sebagai Pembina Ru Media Sekaligus Pengelola Akun Instagram @Ponpesriyadlatululum Pada 13 April 2023

juga bisa melalui *Tik-Tok*, *Youtube* atau *Website*. Maka dari itu membuat Tim Media di Pondok pesantren itu strategi yang sangat tepat.”¹⁹

Agar pengolahan informasi dan dakwah bisa terlaksana dengan baik dan mejadi lebih mudah, membuat Tim saja dirasa belum cukup, maka perlu di bagi lagi per divisi. Seperti yang diucapkan oleh Mahbub Amirul pada wawancara:

“setelah terbentuknya tim, selanjutnya kita buat lagi tugas-tugas per divisi mbak, agar kita bisa dapet hasil yang maksimal. Disini divisi kita bagi sesuai dengan keahlian masing-masing, adapun anggota yang belum paham kita gabung ke kelompok yang sudah ada ahlinya, biar sekalian belajar.”²⁰

d. Strategi Menyampaikan Pesan

1) Memilih Media Komunikasi

Dalam memilih media yang digunakan yaitu *Instagram* dikarenakan media sosial *Facebook* akhir akhir ini mengalami penurunan minat. Banyak orang-orang yang mulai beralih ke *Instagram* dikarenakan bosan dengan *Facebook*.

“awal mula akun ini di buat karena makin lama *Facebook* mulai ditinggalkan. Sebelum membuat akun media *Instagram* kita dulu juga sudah membuat media komunikasi seperti *website* dan *facebook*. Setelah melihat perkembangan zaman kita akhirnya membuat akun ini”²¹

2) Penyebarluasan Informasi dan Dakwah

Adapun dalam penyebarluasannya di *Instagram* biasanya Pengelola mengunggah di *reels* atau *feed Instagram*. Untuk

¹⁹ Wawancara Dengan Ketua Tim RU Media Sekaligus Pengelola *Instagram* @Ponpesriyadlatululum, Mahbub Amirul Aziz Pada Tanggal 27 Januari 2024

²⁰ *Ibid*

²¹ Wawancara Dengan Ketua Tim RU Media Sekaligus Pengelola *Instagram* @Ponpesriyadlatululum, Mahbub Amirul Aziz Pada Tanggal 27 Januari 2024

pemanfaatan fitur yang tersedia belum sepenuhnya digunakan seperti *story* atau siaran langsung. Adapun durasi dengan rentang waktu yang panjang biasanya pengelola menggunakan media sosial *Youtube*, seperti saat sedang siaran langsung suatu ajang perlombaan dikarenakan apabila menggunakan *Instagram* hanya bisa menggunakan waktu singkat.

Sedangkan menurut pendapat dari tingkatan MTs dan MA penyebaran media sosial dengan menggunakan *Instagram* dirasa kurang efektif bagi mereka dikarenakan pada jenjang tersebut santri belum diperbolehkan membawa alat elektronik.

“kalo informasinya lewat instagram atau media sosial lainnya yang berbasis internet gitu susah mbak, karna kan kita nggk bawa HP jadi kita nggk bisa liat”²²

Hal tersebut membuat santri Riyadlatul ulum yang masih menempuh pendidikan MTs dan MA hanya bisa melihat postingan pada masa liburan saja dikarenakan tidak adanya alat elektronik untuk melihat *Instagram*.

“iya mbak susah bisanya liat cuma pas liburan aja, harusnya ada juga mbak yang kayak media cetak kaya foto atau pamflet biar bisa di tempel di madding, jadi kita bisa liat juga”²³

3) Menemukan Feedback/Umpan Balik

Dalam menemukan timbal balik Pengelola biasanya melihat komentar yang ditinggalan dari sebuah postingan yang telah di unggah, dari pesan yang dikirimkan atau juga tanggapan langsung

²² Wawancara dengan siswi tingkatan MA Azra Asti Asyifa pada 7 juli 2024

²³ Wawancara Dengan Siswi tingkatan MTs Fithrotussa'adah Al-Laily Pada 7 Juli 2024

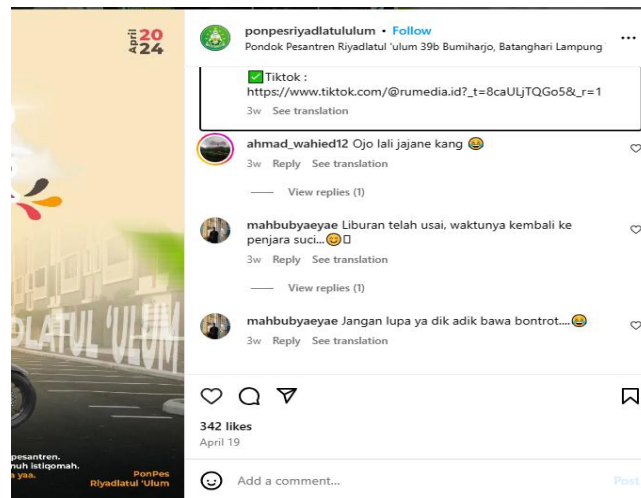
dari orang-orang sekitar. Adapun feedback tidak selalu mendapatkan hasil yang positif, terkadang juga hasil negatif.

“biasanya kita kalo menemukan umpan balik dengan melihat bagaimana sih respon yang dirasakan oleh pengguna *instagram* apakah responnya negative atau positif. Biasanya kita bisa lihat dari komentar yang ditinggalkan dari postingan yang sudah di unggah atau dari pesan yang dikirim atau dari tanggapan langsung orang disekitar kita”²⁴

Dengan adanya komentar secara langsung atau tidak langsung dan dengan melalui pesan umpan balik Pengelola dapat menemukan timbal balik.



²⁴ Wawancara Dengan Ketua Tim RU Media Sekaligus Pengelola *Instagram* @Ponpesriyadlatululum, Mahbub Amirul Aziz Pada Tanggal 27 Januari 2024



Gambar 14 komentar yang di tinggalkan di kolom komentar

Adapun salah satu tanggapan langsung juga diberikan oleh salah satu pengguna *Instagram* sekaligus salah satu pengurus di pondok pesantren.

“Alhamdulillah konten-konten yang di upload semakin hari semakin bagus. Kegiatan-kegiatan tentang pondok juga bisa semakin tersebar luas. Konsep yang di buat juga keren-keren. Semoga kedepannya bisa terus istiqomah dalam memperkenalkan Pondok pesantren Riyadlatul Ulum ini”²⁵

e. Evaluasi

1) Rapat evaluasi setelah kegiatan

Setelah mengadakan kegiatan maka diperlukan adanya evaluasi untuk mengetahui bagian mana yang mesti diperbaiki kedepannya. Dan untuk meningkatkan kembali semangat dan produktivitas Tim.

“Biasanya setelah mengadakan acara atau selesai kegiatan kita sempatkan sebentar buat meng evaluasi atau meninjau kembali dari hasil yang telah di dapat hari ini, apakah masih

²⁵ Wawancara dengan pengurus seksi perlengkapan dan penerangan Ibu Noora Hasana , januari 2024

banyak kesalahan yang mesti di perbaiki atau tidak, kita usahakan sebisanya menjadi lebih baik dan terus lebih baik.

Jadi kita melakukan evaluasi itu bukan selesai kegiatan tapi setiap setelah melakukan kegiatan. Misal jika acaranya tiga hari maka kita adakan juga 3 hari evaluasi, biasanya malamnya. Sekalian juga untuk brifing buat besoknya biar nggak kedandapan”²⁶

Menurut pemaparan Ustadz Mahbub Amirul dengan adanya evaluasi ini keluhan bisa langsung di tanggap bersama. Dengan adanya perkumpulan maka akan selalu ada gagasan dan ide baru.



Foto 15 Diskusi dengan Tim RUMedia



Foto 16 Diskusi dengan Tim RUMedia

2) Diskusi dengan Tim MPL (Media Pondok Lampung)

Untuk meningkatkan kemampuan biasanya diadakan perkumpulan rutin dengan tim media pondok lain yang ada di

²⁶ Wawancara Dengan Ketua Tim RU Media Sekaligus Pengelola Instagram @Ponpesriyadlatululum, Mahbub Amirul Aziz Pada Tanggal 27 Januari 2024

Lampung. Acara ini biasanya diadakan rutin setiap beberapa bulan sekali secara bergiliran di beberapa Pondok pesantren. MPL ini adalah wadah bagi Tim Media se Lampung.

“ biasanya kita mengadakan kumpulan dengan pondok lain mbak, ya melalui MPL ini. sebagai sebuah sarana bertukar Informasi dengan pondok lain. Biasanya disana kita menyampaikan keluh kesah dan juga menyampaikan gagasan baru untuk memajukan media-media yang ada Pondok pesantren. Alhamdulillah Pondok pesantren kita diamanahkan sebagai Sekretaris.”²⁷

Berdasarkan ungkapan dari wawancara dengan Ust. Mahbub Amirul diatas untuk memajukan Media di Pondok pesantren tidak hanya di media *Instagram* bisa terus maju dan berkembang mengikuti perkembangan zaman. Acara MPL ini terakhir dilaksanakan pada 21 januari 2024 di Pondok pesantren Riyadlatul Ulum membahas tentang “Cara *Live Streaming* Menggunakan Aplikasi *Vmix*”, “Cara *Live Streaming* Menggunakan OBS Studio” dan “Peran Penting MPL Terhadap Edukasi Damai Dan Menangkal Radikalisme”. Sekaligus pengamanahan Pondok pesantren Riyadlatul Ulum sebagai sektertaris dari MPL.

²⁷ Wawancara Dengan Ketua Tim RU Media Sekaligus Pengelola *Instagram* @Ponpesriyadlatululum, Mahbub Amirul Aziz Pada Tanggal 27 Januari 2024



Foto 17 Rapat dengan Tim Media Lampung



Foto 18 Rapat dengan Tim Media Lampung

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dalam skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pengelola *Instagram* @ponpesriyadlatululum Dalam Penyampaian Informasi Dan Dakwah Pondok pesantren Riyadlatul Ulum Batanghari 39 B Lampung Timur” dapat diambil kesimpulan bahwa, Strategi komunikasi pengelola menggunakan media sosial *instagram* terbukti efektif dengan banyaknya santri yang mendaftar ke pondok pesantren dengan melihat akun @ponpesriyadlatululum. Pengelola memiliki beberapa strategi dalam menyampaikan informasi dan dakwah melalui media *Instagram*. Strategi yang pertama yaitu strategi perencanaan Strategi yang kedua yaitu strategi mendapatkan pesan, kedua yaitu strategi mendapatkan pesan, ketiga yaitu strategi dalam mengolah pesan, empat yaitu strategi dalam menyampaikan pesan, terakhir yaitu evaluasi Setelah dilakukan strategi komunikasi program dapat terealisasikan. Seperti dengan adanya evaluasi dan rapat, serta diberikan pembelajaran, anggota yang belum bisa dapat menggunakan alat-alat media sedikit demi sedikit sudah bisa mengikuti arahan yang diberikan oleh pengajar. Juga dengan adanya tim yang dibuat oleh pengelola, akun media sosial yang sudah mati sebelumnya dapat dihidupkan kembali. Dengan diadakan juga evaluasi dengan kelompok lain juga membantu dalam meningkatkan kinerja dari para tim dan menumbuhkan semangat untuk terus memajukan pondok pesantren melalui media sosial.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di paparkan oleh peneliti terdapat beberapa saran yaitu Pengelola dapat mengupload konten lebih sering dan teratur mengingat banyak kegiatan yang belum tersampaikan melalui akun *Instagram* @ponpesriyadlatululum. Selain itu untuk menggunakan fitur-fitur yang tersedia di *Instagram* seperti siaran langsung atau story.

Adapun pemostingan pada saat ini masih banyak disebabkan melalui media sosial *Tik-Tok* dari pada *Instagram* dikarenakan followers pada akun media sosial *Tik-Tok* lebih banyak dari *Instagram*. Diharapkan pengelola bisa memposting juga di *Instagram* mengingat masih ada juga masyarakat yang tidak mempunyai akun sosial media *Tik-Tok*

Kemudian Pengelola bisa lebih mendekati diri dengan anggota Tim sehingga anggota merasa nyaman dan arahan yang diberikan dapat diterima dengan baik. Selain itu penting juga diadakannya rutinan kumpulan untuk sekedar membahas rencana kedepannya, atau hanya sekedar *sharing* dari masing-masing anggota agar kekerabatan dan kekompakan dapat terjaga. Mengingat masih seringnya terjadi miskomunikasi antar divisi yang mengakibatkan salah satu pihak merasa diberatkan dan satu pihak merasa tidak diamanahi tugas maka diperlukan kumpulan rutin.

Memberikan pengajaran pada tim yang belum bisa menguasai cara menggunakan media juga dibutuhkan agar tidak ada yang merasa diberatkan dalam melakukan pekerjaan Karena dengan adanya tim yang kompak maka

hasil yang didapatkan menjadi maksimal dan Pengelola dapat menyapaikan informasi dan dakwah secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Samsul Munir. *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*. Jakarta: Amzah, 2008.
- Anggito, Albi. Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi, Jawa Barat: Jejak Publisher, 2018.
- Arbi, Armawati. *Psikologi Komunikasi dan Tabligh*. Jakarta: Amzah, 2012.
- Arifuddin, Muhammad Rizqi, Irwansyah, “Dari Foto Dan Video Ke Toko: Perkembangan Instagram Dalam Perspektif Konstruksi Sosial” *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media Universitas Pelita Harapan* Vol. 3 No. 1 (2019) 355-376
- Arikunto, Suharismi. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Atmaja, Anja Kusuma, “Pluralism Nurcholish Madjid Dan Relevansinya Terhadap Problem Dakwah Kontemporer” *Jurnal Dakwah Risalah*, Vol 31 (2020) 20-30
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Azwar, Sarifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Bachri, Bachtiar S., “Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif” *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol.10 (2010) 300-320
- Butterick, Keith. *Pengantar Public Relations: Teori Dan Praktik*. Diterjemahkan Oleh Nurul Hasfi. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2012
- Darmawan, Deni. *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012.
- Desmalia, Yosiena Duli, “Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam” Skripsi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Universitas Raden Intan Lampung (2018)
- Desremaux, Geoff, “The Complete History Of *Instagram*” *The Complete History Of Instagram* (Wersm.Com) Di Akses Pada 27 Oktober 2022 Pada Pukul 11: 38
- Faruhah, Irzum, “Media Dakwah Pop” *At-Tabasyir*, *Jurnal Penyiaran Islam* Volume 1, Nomor 2, Juli-Desember 2013 (Stain Kudus: 2013) 11-60

- Hardani, Nur Hikmatul Auliya Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020.
- Ilahi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Kecana Prenada Media Group, 2009
- Kbbi Online. Diakses Pada 14 April 2023
- Makarise, Arnild Augina. “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat”, *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, Vol. 15 Edisi 3 (2020) 205-220
- Nasyroh, Fitri Alam, “Strategi Pengelolaan *Instagram* @Infodiponogoro Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponogoro” Skripsi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institute Agama Islam Negeri Ponogoro. (2018)
- Rijali, Ahmad, “Analisis Data Kualitatif” *Jurnal Alhadhrah UIN Antasari Banjarmasin*, Vol 17, No. 33 (2018) 215-255
- Rusnawati, “Stretegi Komunikasi Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Motivasi Kinerja Pegawai Pada Dinas Perhubungan Gayo Lues” *Jurnal Al-Ijtimaityyah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*, Vol. 6 No. 2 (2020)
- Sadiman, Arief S. *Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan, Dan Pemanfaatannya*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2006.
- Sukayat, Tata. *Quantum Dakwah*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Suparta, Munzien, Harjani Aefni, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kecana Prenada Media Group, 2009), 21
- Sutabri ,Tata, *Analisis Sistem Informasi*, Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2012.
- Usman, Abdul Rani. ” Metode Dakwah Kontemporer” (*Jurnal Al Bayan* Vol19 2013) 20-60
- Vardhani, Nabila Kusuma, Agnes Siwi Purwaning Tyas “Strategi Komunikasi Dengan Mahasiswa Pertukaran Asing” *Jurnal Gama Societa*, Vol 2 No. 1 (2018) 15-20

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 0460/In.28.4/D.1/PP.00.9/04/2022
Lampiran : -
Perihal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

11 April 2022

Yth.
Muhajir, M.Kom.I
di -
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut di atas, ditunjuk sebagai Pembimbing Skripsi mahasiswa :

Nama : Latifah Asmarani
NPM : 1904011016
Fakultas : Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Peran Instagram Al-Mukasyafah Crew dalam Penyampaian Informasi Dakwah Pondok Pesantren Riyadlatul Ulum 39 B Batanghari Lampung Timur

Dengan ketentuan :

1 Pembimbing

Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD)

Mahasiswa

Mahasiswa melakukan bimbingan dengan ketentuan sebagai berikut :

- a Pasca seminar Proposal mahasiswa wajib melakukan pendalaman BAB I, II dan III kepada pembimbing
 - b Mahasiswa mengajukan surat research setelah mendapat persetujuan (ACC) BAB I,II dan III dari Pembimbing
 - c Pengajuan Ujian Skripsi (Munaqasyah) minimal 1 bulan setelah surat research dikeluarkan.
- 2 Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Bimbingan /Surat Penunjukan Pembimbing dikeluarkan.
 - 3 Diwajibkan mengikuti Pedoman Penulisan Skripsi yang dikeluarkan oleh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Tahun 2018.
 - 4 Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b Isi ± 3/6 bagian.
 - c Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian surat ini disampaikan untuk dimaklumi dan atas ke sediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Wakil Dekan I
Bidang Akademik dan Kelembagaan

Wahyudin

IZIN PRASURVEY

<https://sismik.metrouniv.ac.id/v2/page/mahasiswa/prasurvey/mhs-da...>

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0355/In.28/J/TL.01/04/2023
Lampiran : -
Perihal : IZIN PRASURVEY

Kepada Yth.,
KEPALA PONDOK PESANTREN
RIYADLATUL ULUM
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **LATIFAH ASMARANI**
NPM : 1904011016
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : PERAN INSTAGRAM AL MUKASYAFAH CREW DALAM
PENYAMPAIAN INFORMASI DAN DAKWAH PONDOK
PESANTREN RIYADLATUL ULUM 39B BATANGHARI
LAMPUNG TIMUR

untuk melakukan prasurvey di PONDOK PESANTREN RIYADLATUL ULUM,
dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya
prasurvey tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 03 April 2023
Ketua Jurusan,



Astuti Patminingsih M.Sos.I
NIP 197702182000032001



المَعْمَد الإسلاميّ رياضة العُلوم

PONDOK PESANTREN RIYADLATUL 'ULUM
 DESA BUMIHARJO 39B KEC. BATANGHARI KAB. LAMPUNG TIMUR

Alamat : Jln. Pondok Pesantren Desa Bumiharjo 39b Kec. Batanghari, Kab. Lampung Timur. Kode Pos 34181 Telp. 07251 43094

SURAT KETERANGAN SURVEY

Nomor: 127/Ket/PPRU/ Bt/IV/2023

Bismillahirrahmanirrohiim

Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Berdasarkan surat izin Pra-Survey No.B-0355/In.28/J/TL.01/04/2023 Tanggal 03 April 2023 yang telah diberikan kepada kami, maka dengan ini Pengurus Pondok Pesantren Riyadlatul 'Ulum Desa Bumiharjo Kec. Batanghari Kab. Lampung Timur menerangkan Bahwa:

Nama : LATIFAH ASMARANI
 NPM : 1904011016
 Semester : 8 (Delapan)
 Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Benar-benar telah melaksanakan Survey di Pondok Pesantren Riyadlatul 'Ulum 39 B Desa Bumiharjo Kec. Batanghari Kab. Lampung Timur, dengan judul "PERAN INSTAGRAM AL MUKASYAFAH CREW DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI DAN DAKWAH PONDOK PESANTREN RIYADLATUL ULUM 39B BATANGHARI LAMPUNG TIMUR".

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wallahul muwafiq Ila Aqwamithhorieq

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bumiharjo, 08 April 2023
 Ketua PP. Riyadlatul 'Ulum

Wisnu Ridhoi Khoiril U, S.Pd.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1293/In.28/D.1/TL.01/12/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **LATIFAH ASMARANI**
NPM : 1904011016
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di RIYADLATUL ULUM, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLA INSTAGRAM @ponpesriyadlatululum DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI DAN DAKWAH PONDOK PESANTREN RIYADLATUL ULUM BATANGHARI LAMPUNG TIMUR".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 05 Desember 2023



Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Dr. H. Khoirurrijal S. Ag, MA
NIP 19730321 200312 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1294/In.28/D.1/TL.00/12/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN RIYADLATUL ULUM
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1293/In.28/D.1/TL.01/12/2023,
tanggal 05 Desember 2023 atas nama saudara:

Nama : **LATIFAH ASMARANI**
NPM : 1904011016
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Maka dengan ini kami sampaikan kepada PIMPINAN RIYADLATUL ULUM bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di RIYADLATUL ULUM, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLA INSTAGRAM @ponpesriyadlatululum DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI DAN DAKWAH PONDOK PESANTREN RIYADLATUL ULUM BATANGHARI LAMPUNG TIMUR".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 05 Desember 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Dr. H. Khoirurrijal S.Ag, MA
NIP 19730321 200312 1 002



المعهد الإسلامي رياضة العلوم
YAYASAN PONDOK PESANTREN RIYADLATUL ULUM
 DESA BUMIHARJO KEC. BATANGHARI KAB. LAMPUNG TIMUR
 Akte Notaris : Didik Maryono No : AHU-0024569 AH.01.04 Tahun 2015 Tanggal 25 Nov 2015
 Jl.Pp Riyadlatul Ulum Bumiharjo 39b Batanghari Lampung Timur

SURAT KETERANGAN
No. 0136/YPPRU/BT/1/2024

Assalamu'alaikum Wr Wb

Berdasarkan surat izin RISET No. B-1294/In.28/D.1/TL.00/12/2023 yang telah kami terima, maka kami Yayasan Pondok Pesantren Riyadlatul Ulum Batanghari menerangkan bahwa :


Nama : LATIFAH ASMARANI
 NPM : 1904011016
 Semester : 9 (sembilan)
 Jurusan : Komunikasi & Penyiaran Islam

Mahasiswa diatas benar telah melaksanakan Riset di Pondok Pesantren Riyadlatul Ulum Batanghari dengan judul penelitian “ Strategi Komunikasi Pengelola Instagram @ponpesriyadlatululum Dalam Penyampaian Informasi Dan Dakwah Pondok Pesantren Riyadlatul Ulum Batanghari Lampung Timur”

Demikian surat ini di buat agar dipergunakan sebagai mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

Batanghari, 17 Februari 2024
 Ketua PP Riyadlatul Ulum



Wisnu Ridhoi Khoirul Umam, S.Pd

OUTLINE

**STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLA *INSTAGRAM*
@ponpesriyadlatulum DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI DAN
DAKWAH PONDOK PESANTREN RIYADLATUL ULUM
BATANGHARI 39B LAMPUNG TIMUR**

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Rumusan Masalah
- C. Pertanyaan Penelitian
- D. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Startegi komunikasi
 - 1. Pengertian Strategi komunikasi
 - 2. Tujuan strategi komunikasi
 - 3. Tahapan Strategi Komunikasi
 - 4. Strategi Mengelola Media Sosial *Instagram*
- B. *Instagram*
 - 1. *Instagram*
 - 2. Fitur-fitur *Instagram*
 - 3. Keunggulan *Instagram*
- C. *Public Relation* dalam organisasi
- D. Informasi dan dakwah
 - 1. Informasi
 - 2. Dakwah
- E. Jurnalistik

1. jenis-jenis Berita
2. unsur Berita

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis Metode Penelitian
- B. Populasi Dan Sampel
- C. Sumber Data
- D. Teknik Pengumpulan Data
- E. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- F. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Hasil penelitian
 1. Deskripsi dan Sejarah Lokasi Penelitian
 2. Visi dan Misi Pondok Pesantren Riyadlatul Ulum
 3. Program Pondok Pesantren Riyadlatul Ulum
 4. Struktur kepengurusan Pondok Pesantren Riyadlatul Ulum
 5. Peraturan Pondok Pesantren Riyadlatul Ulum
 6. Akun *Instagram* @ponpesriyadlatululum
- B. Pembahasan
 1. Strategi komunikasi pengelola *Instagram* @ponpesriyadlatululum

BAB V PENUTUP

1. Kesimpulan
2. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, 03 Februari 2024

Mengetahui,

Dosen pembimbing

Mahasiswa ybs



Muhajir, M. Kom. I
NIDN 2010058302

Latifah Asmarani
NPM 1904011016

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLA *INSTAGRAM*
@ponpesriyadlatululum DALAM PENYAMPAIAN
INFORMASI DAN DAKWAH PONDOK PESANTREN
RIYADLATUL ULUM BATANGHARI 39B LAMPUNG TIMUR

A. Observasi

Observer : Latifah Asmarani

Partisipan : Pengelola *Instagram* @ponpesriyadlatululum

Tempat : Pondok Pesantren Riyadlatul Ulum

Penerapan Komunikasi

1. Apakah pengelola dapat melakukan strategi komunikasi dengan baik?
2. Apakah tim dapat memahami dan dapat melaksanakan tugas yang disampaikan oleh pengelola?
3. Apakah Informasi dan Dakwah yang disampaikan melalui *Instagram* @ponpesriyadlatululum dapat diterima dan diminati oleh pengguna *Instagram*?

A. Wawancara

Interviewer : Latifah Asmarani

Partisipan : Pengelola *Instagram* @ponpesriyadlatululum, Tim RU
Media dan Pengguna *Instagram*

Tempat : Pondok Pesantren Riyadlatul Ulum

1. Wawancara dengan pengelola

- a. Bagaimana strategi komunikasi pengelola dalam menyampaikan informasi dan dakwah?

- b. Dari mana saja sumber berita di dapatkan?
 - c. Bagaimana cara pengelola mengolah berita agar menjadi lebih menarik?
 - d. Bagaimana cara mengetahui apakah komunikasi yang disampaikan gagal atau berhasil?
 - e. Apakah anggota dapat memahami dan dapat melaksanakan tugas dari komunikasi yang disampaikan oleh pengelola?
- 2. Wawancara dengan anggota**
- a. Bagaimana tanggapan anggota terhadap strategi komunikasi yang dilakukan oleh pengelola?
 - b. Bagaimana cara pengelola dalam menyampaikan komunikasi yang efektif untuk anggota?
 - c. Bagaimana tanggapan anggota dengan diadakannya sebuah tim?
 - d. Apakah anggota dapat memahami apa isi dari pesan yang disampaikan oleh pengelola?
- 3. Wawancara dengan pengguna instagram**
- a. Apakah dengan adanya sarana komunikasi melalui *Instagram @ponpesriyadlatululum* dapat membantu dalam kehidupan sehari-hari?
 - b. Apa saja keuntungan dan kerugian yang di dapatkan dari adanya *Instagram @ponpesriyadlatululum*?
 - c. Apakah konten yang di upload *Instagram @ponpesriyadlatululum* menarik?

- d. Seberapa sering anda mengunjungi *Instagram* @ponpesriyadlatululum?
- e. Apa alasan anda mengunjungi *Instagram* @ponpesriyadlatululum?
- f. Apakah ada perbedaan *Instagram* @ponpesriyadlatululum dengan akun lain?
- g. Bagaimana tanggapan anda mengenai kinerja dari pengelola dan anggota?

Metro, 03 Februari 2024

Mengetahui,

Dosen pembimbing

Mahasiswa ybs



Muhajir, M. Kom. I
NIDN 2010058302

Latifah Asmarani
NPM 1904011016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
IAIN METRO

Nama : Latifah Asmarani
 NPM : 1904011016

Fakultas/Jurusan : Ushuluddin, Adab dan Dakwah/KPI
 Semester/TA : VIII/2023/2024

No	Hari/Tanggal	Materi Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	19/2023 11	Ace BAB I - III Lanjutan Riset	

Dosen Pembimbing

Muhajir, M. Kom. I
 NIDN 2010058302

Mahasiswa Ybs,

Latifah Asmarani
 NPM. 1904011016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
 Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Lingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iaim@metrouniv.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
IAIN METRO

Nama : Latifah Asmarani
 NPM : 1904011016

Fakultas/Jurusan : Ushuluddin, Adab dan Dakwah/KPI
 Semester/TA : VIII/2023/2024

No	Hari/Tanggal	Materi Yang Dibicarakan	TandaTangan Dosen
	29/11/2023	APD & OUTLINE ke APD & outline	f

Dosen Pembimbing

Muhajir, M. Kom. I
 NIDN 2010058302

Mahasiswa Ybs,

Latifah Asmarani
 NPM. 1904011016






KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
 Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iaim@metrouniv.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
IAIN METRO

Nama : Latifah Asmarani
 NPM : 1904011016

Fakultas/Jurusan : Ushuluddin, Adab dan Dakwah/KPI
 Semester/TA : X/2023/2024

No	Hari/Tanggal	Materi Yang Dibicarakan	TandaTangan Dosen
	Selasa/ 21-5-2024	-perbaiki lampiran foto -perbaiki footnote pd- BAB IV -perbaiki isi kutipan	  

Dosen Pembimbing



Muhajir, M. Kom. I
 NIDN 2010058302

Mahasiswa Ybs,



Latifah Asmarani
 NPM. 1904011016




KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.fuad.metrouniv.ac.id; e-mail: fuad.iain@metrouniv.ac.id

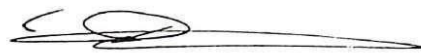
KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
IAIN METRO

Nama : Latifah Asmarani
 NPM : 1904011016

Fakultas/Jurusan : Ushuluddin, Adab dan Dakwah/KPI
 Semester/TA : X/2023/2024

No	Hari/Tanggal	Materi Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Resu / 203-Mei 2024	Ace Skripsi' Sup Munings Edn	

Dosen Pembimbing



Muhajir, M. Kom. I
 NIDN.2010058302

Mahasiswa Ybs,



Latifah Asmarani
 NPM. 1904011016



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
 Fax. (0725) 47296

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI


Nama : Latifah Asmarani Jurusan/Fakultas : KPI/FUAD
 NPM : 1904011016 Semester / T A : X/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20/2024 2	<p>lembaga Teori tentang strategi komunikasi diabdikan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hilangkan teori komunikasi - Uraikan Bilangan masalah komunikasi menggunakan dengan tingkat permasalahan penemuan informasi dan sumber - Bab III Hilangkan Definisi Definisi - Definisi komunikasi komunikasi dan sampel - Siapa saja sumber data primer - jelaskan secara spesifik sumber data sekunder 	P

Dosen Pembimbing


Muhajir, M.Kom.I
 NIDN. 2010058302

Mahasiswa Ybs,


Latifah Asmarani
 NPM. 1904011016



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iaim@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-660/In.28/S/U.1/OT.01/06/2024**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : LATIFAH ASMARANI
NPM : 1904011016
Fakultas / Jurusan : Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Komunikasi dan Penyiaran Islam

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 1904011016

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 12 Juni 2024

Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.

NIP. 19750505 200112 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A. Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimil (0725) 47296; Website: www.fuad.metro.univ.ac.id; e-mail: fuad@iainmetro@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor: 0586/In.28.4/J.1/PP.00.9/06/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I
 NIP : 197702182000032001
 Jabatan : Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menerangkan bahwa

Nama : Latifah Asmarani
 NPM : 1904011016
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Judul : Strategi Komunikasi Pengelola Instagram @ponpesriyadlatululum dalam Penyampaian Informasi dan Dakwah Pondok Pesantren Riyadlatul Ulum BatanghariI 39B Lampung Timur

Mahasiswa tersebut, telah melaksanakan uji plagiasi Skripsi melalui program Turnitin dengan tingkat kemiripan 17 %

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 13 Juni 2024
 Ketua Program Studi KPI



Dr. Astuti Patminingsih, M.Sos.I
 NIP. 197702182000032001

Tembusan :

1. Dekan FUAD IAIN Metro
2. Wakil Dekan I FUAD IAIN Metro
3. Kabag TU FUAD IAIN Metro
4. Arsip

Dokumentasi wawancara



Foto wawancara peneliti dengan pengelola Instagram @ponpesryadlatululum
Ustadz Mahbub Amirul Aziz



Foto penulis wawancara dengan pengelola Instagram @ponpesryadlatululum
Ustadz Ahmad Syahroni,S.Pd



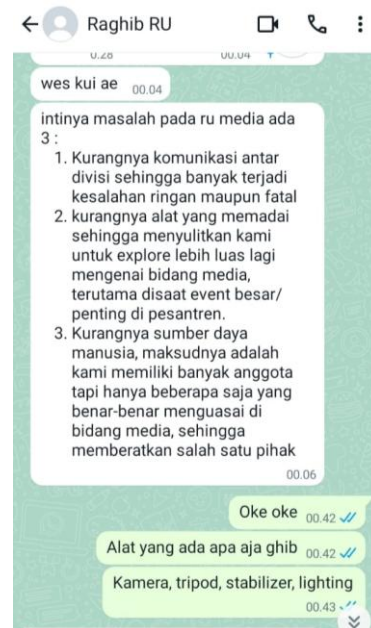
Foto wawancara dengan Sekretaris Tim RUMedia



Foto wawancara dengan pengurus departemen perlengkapan Noora Hasana S.Sos



Foto wawancara dengan pengguna Instagram



Gambar wawancara dengan tim RUMedia Raghib Nurmahin

DOKUMENTASI KEGIATAN



Foto tim RUMedia



Foto pelaksanaan kegiatan Tim



Foto fasilitas computer Pondok pesantren RU



Foto rapat dan evaluasi Tim



Gambar kegiatan bersama MPL



Foto kolom komentar



Gambar Informasi kegiatan Pondok Pesantren RU

DOKUMENTASI POSTINGAN



Foto pesan dakwah oleh Asztidz



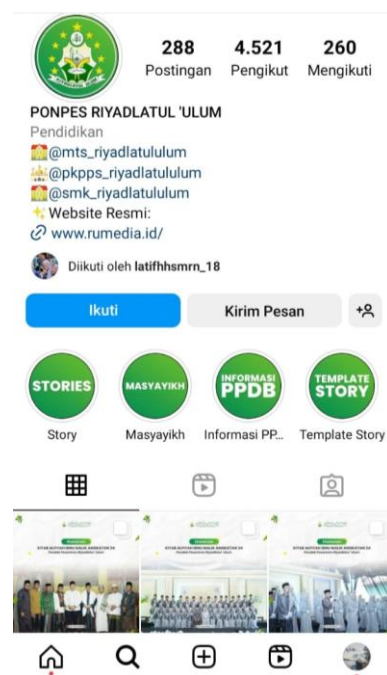
Gambar Informasi Jadwal dan ketentuan Perlombaan



Gambar Ucapan Hari Peringatan



Gambar Logo foto profil @poonpesriyadlatululum



Gambar Tampilan awal *Instagram* @ponpesriyadlatululu



RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis Latifah Asmarani, lahir di Sukadana pada tanggal 13 Mei 2000. Penulis merupakan anak bungsu dari Bapak Supriono dan Ibu Suliyah dengan anak pertama bernama Arif Rahman Hakim. Penulis pernah menempuh pendidikan di TK PKK Sukadana lulus pada tahun 2007. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di sdn 3 sukadana lulus pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan pendidikan di MTs Tri Bhakti Al-Husna pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan pendidikan di sekolah yang sama dengan jurusan keperawatan di SMK Tri Bhakti Al-Husna lulus pada tahun 2019. Kemudian melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi IAIN Metro Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.