

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Melihat perkembangan teknologi di zaman modern ini, Pondok Pesantren yang merupakan salah satu lembaga pendidikan yang memiliki nilai keagamaan harus melek dengan kondisi ini. Melihat banyaknya isu-isu negatif yang belakangan ini beredar di masyarakat terkait kekerasan, pencabulan, dan lainnya yang ada di Pondok Pesantren. Hal tersebut memicu pandangan negatif masyarakat terhadap Pondok Pesantren secara luas. Hal tersebut tentu dapat merugikan eksistensi dari Pondok Pesantren yang memang tidak melakukannya akan tetapi ikut terdampak karena isu-isu yang beredar menyangkut dengan Pondok Pesantren.

Pondok Pesantren dapat mempertahankan eksistensinya dengan mengikuti perkembangan zaman agar tetap bisa bersaing dalam arus perubahan. Respon Pondok Pesantren yang tepat yakni terus mengikuti arus perkembangan teknologi tanpa harus menghilangkan karakternya karena hal tersebut merupakan sebuah kebutuhan. Sejatinya Pondok Pesantren menjadi pusat pengembangan ilmu agama Islam mulai dari aqidah, fiqih, balaghah, mantiq, dan beberapa kajian kitab lainnya. Hal tersebut, tentu dapat dijadikan bahan dalam membuat konten di media sosial (Arif & Aziz, 2021). Selain dapat mempertahankan eksistensinya, media sosial dapat digunakan oleh Pondok Pesantren sebagai sumber pengetahuan ilmu agama bagi masyarakat luas meskipun bukan bagian dari Pondok Pesantren itu sendiri, Melihat cakupan teknologi yang sangat luas.

Salah satu Pondok Pesantren yang mulai beradaptasi dengan pengelolaan media sebagai diseminasi konten dakwah adalah Pondok Pesantren Nazhatut Thullab. Pondok Pesantren Nazhatut Thullab sendiri berada di Prajjan, Camplong, Sampang. Pondok ini sudah berdiri sejak 1702 masehi dan saat ini Pondok Pesantren Nazhatut Thullab telah berumur 321 tahun. Pengasuh pertama Pesantren tersebut adalah pang ratoth bumih yaitu kyai Abdul Alam yang merupakan salah satu murid dari kiyai Aji Gunung. Dilansir dari detik.com,

Pondok Pesantren Nazhatut Thullab Merupakan Pondok Pesantren tertua ke-3 di Indonesia (Setya, 2023). Saat ini pondok tersebut sudah memiliki tujuh lembaga pendidikan, diantaranya: Madrasah Diniah (didirikan sejak tahun 1702), MTs NATA (didirikan pada tahun 1969), SMP NATA (didirikan pada tahun 1995) MA Keagamaan NATA (didirikan pada tahun 2001), SMA NATA (didirikan pada tahun 1988), SMK NATA (didirikan pada tahun 2003), dan IAINata (didirikan pada tahun 2002), ada beberapa pendidikan lain seperti AKPER NATA Dan Institut Tkenologi dan Bisnis (RI, 2023). Data yang peneliti temukan ketika *pra-survei* Pondok Pesantren Nazhatut Thullab selain membekali santri dengan pendidikan Pondok Pesantren Nazhatut Thullab juga Membekali santrinya dengan berbagai keterampilan seperti NATA *English Club*, NATA *Arabic Club*, *Take Wondo*, Tiga Serangkai, Jahit, Tata Rias, dan masih banyak lagi .

“kami mengelola beberapa media yaitu, TikTok, Facebook, Instagram, Youtube, dan Webside.” (Wawancara dengan Rika, Tim IVA Pondok Pesantren Nazhatut Thullab. Pada Jumat, 8 Desember 2023).

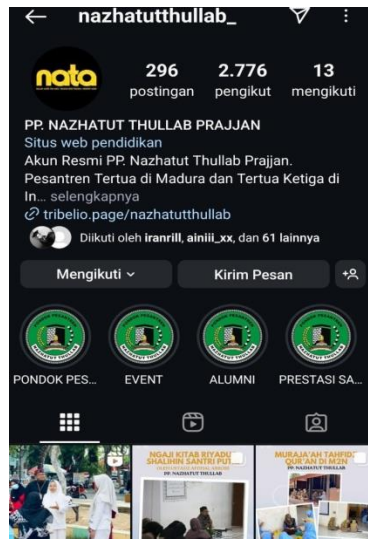
Dari jawaban peneliti mencoba melebarkan pertanyaan tentang dari lima media yang di kelola apakah media yang paling *powerfull* bagi Pondok Pesantren.

“dilihat dari jumlah Followers, Like, dan Komentarnya. Media yang paling powerfull adalah media Tiktok” (Wawancara dengan Rika, Tim IVA Pondok Pesantren Nazhatut Thullab. Pada Rabu, 28 Februari 2024).

Tabel 1. 1 Perbandingan Jumlah *Followers* dan *Like* media Pondok Pesantren Nazhatut Thullab.

No	Nama Media	Followers/Subscribers	Like
1	TikTok	40 ribu Followers	805.500
2	Instagram	2.7 ribu Followers	25.521
3	Facebook	180 Followers	136
4	Twitter	28 Followers	11
5	Youtube	3,6 ribu Subscribers	4.544

Sumber : (Observasi media sosial
Pondok Pesantren Nazhatut Thullab 2024)



Gambar 1.1 Screenshot halaman utama akun
Instagram @nazhatutthullab_

Sumber : Akun Instagram @nazhatutthullab, 2024



Gambar 1.2 Screenshot halaman utama akun
Facebook @nazhatutthullab_

Sumber : akun Facebook @nazhatutthullab_, 2024



Gambar 1.3 Screenshot halaman utama akun
Twitter @nazhatutthullab

Sumber : Akun Twitter @nazhatutthullab, 2024



Gambar 1.4 Screenshot halaman utama akun
Youtube @nazhatutthullab

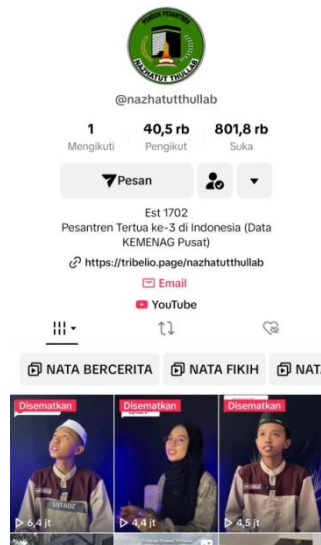
Sumber :Akun Youtube @nazhatutthullab, 2024

Pengelolaan media sosial sangat penting di era yang cepat dan mudah seperti saat ini karena semakin canggihnya teknologi. Masyarakat dituntut agar bisa memanfaatkan hal tersebut di berbagai aspek kehidupan (Fitriyanti, 2023).

Dalam perspektif konstruktif, media dipandang sebagai ekspresi pertimbangan ideologis oleh beberapa kelompok yang ada dalam masyarakat. Suatu institusi tentunya tidak akan terlepas dari beragam kepentingan (Dr. Rulli Nasrullah, 2018). Tak terkecuali Pondok Pesantren Nazhatut Thullab. Dengan banyaknya platform media, Pondok Pesantren Nazhatut Thullab dapat lebih mudah dalam menyampaikan informasi yang ingin disampaikan terutama informasi dakwah, tentunya dalam hal ini masyarakat luar juga lebih mudah mengaksesnya. Tidak hanya itu Nazhatut Thullab juga dapat berinteraksi langsung dengan audiens mereka.

Pondok Pesantren Nazhatut Thullab membentuk sebuah tim yang bernama Tim IVA (Informasi, Audio, Visual) dalam mengelola kontennya. Tim tersebut merupakan tim yang mengelola semua media Pondok Pesantren terutama media TikTok. Dengan demikian manajemen pengelolaan media di Pondok Pesantren Nazhatut Thullab dapat terorganisir dengan baik. Tim IVA terdiri dari 4 (empat) anggota tim, keempat anggota tersebut diantaranya: Zamroni, Rika Farohah, Salwa Asalia dan Afdhal Abrori. Dari empat anggota tersebut tentu mereka memiliki *job desc* dan tanggung jawab masing-masing dalam mengelola media yang ada di Pondok Pesantren.

Pondok Pesantren Nazhatut thullab merupakan pondok pesantren yang sudah mengelola media sosial salah satunya adalah media TikTok. Pondok Pesantren Nazhatut Thullab menggunakan media TikTok sejak tanggal 03 Maret 2022 dilihat dari postingan pertamanya di akun tiktok @nazhatutthullab. Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada 06 Januari 2023 dari akun tiktok resmi @nazhatutthullab mendapatkan data sebagai berikut: sudah memiliki lebih dari 40 ribu *followers* dengan total *like* sebanyak 801,8 ribu per desember 2023. Akun tersebut sudah memposting sebanyak 237 konten dengan *viewers* terbanyak mencapai 6,4 juta. Terdapat beberapa jenis konten TikTok yang dikelola seperti, Nata (Nazhatut Thullab) bercerita, Nata Galeri, Nata Fiqih, Tanya Santri, Informasi Seputar pondok pesantren, Nata Dakwah, dan masih banyak lagi.



Gambar 1.5 Screenshot halaman utama akun

TikTok @nazhatutthullab

Sumber : Akun TikTok @nazhatutthullab, 2024

TikTok sendiri merupakan jejaring media sosial berbasis video *music*. Berdurasi pendek dan populer di berbagai usia mulai dari anak-anak, remaja, paruh baya hingga orang tua. TikTok tentunya sudah menjalar ke semua kalangan mulai dari Politisi, Pejabat, Selebriti, Tokoh Agama dan Masyarakat. Aplikasi TikTok memberikan *special effect* unik dan menarik yang dapat digunakan oleh para penggunanya dalam membuat video pendek (Hikmawati & Farida, 2021).

TikTok merupakan aplikasi yang menduduki peringkat pertama sebagai aplikasi paling banyak didownload di seluruh dunia pada Agustus 2023. Platform ini mampu melampaui aplikasi besar seperti Instagram yang sudah berada di puncak pada Desember tahun 2022. Menurut laporan *App Figure*, aplikasi tiktok sudah sebanyak 54 juta kali di download pada agustus 2023 di *App Store* dan *Play Store*. (CNN, 2023).

Pada September 2016 *ByteDance* mulai mengakuisisi beberapa *Startup* media aplikasi, seperti *Musical.id* yang dikombinasikan dengan *Douyin* kedalam suatu aplikasi yang bernama TikTok. Perangkat lunak video *ByteDance* mencatat total lebih dari 2 miliar unduhan dalam tiga bulan pertama tahun ini secara global.

Pada kuartal pertama 2020, perusahaan melampaui jumlah unduhan tertinggi dibandingkan kuartal sebelumnya, mencapai 315 juta unduhan, baik di *App Store* ataupun di *Google Play*. Perlu dicatat bahwa pada tahun 2018 jumlah unduhan TikTok meningkat yang mulanya Q1 menjadi Q.

Google Play telah menyumbang sebagian besar unduhan TikTok hingga saat ini, yang mencapai lebih dari 1,5 miliar unduhan dan menduduki puncak *App Store* untuk media hiburan sebanyak 95,2 juta unduhan dengan nilai 4,9 dari 587.000 peringkat. Dengan basis pengguna yang lumayan besar, TikTok akan lebih menarik penggunaannya di Indonesia karena konten yang di sajikan sangat beragam sehingga para pengguna bebas memilih konten sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

Rahmawati (2018) TikTok merupakan aplikasi jejaring sosial yang berasal dari China yang mempromosikan industri digital di Indonesia. Media TikTok mampu mengubah ponsel masyarakat menjadi alat komunikasi yang berguna. TikTok menjadi salah satu media yang cukup efisien dalam menyebarkan suatu informasi karena penggunaanya yang cukup mudah dan banyaknya pengguna media ini dapat menjadi *point plus* dalam mendapatkan *audiens*.

Sudah banyak dari berbagai lapisan masyarakat yang memanfaatkan moment ini untuk menyampaikan pesan yang ingin mereka sampaikan, tak terkecuali para pendakwah, baik dikalangan kyai-nyai, ustad-ustadzah, santri, dan lainnya. Mereka mulai mengembangkan cara berdakwah mereka yang biasanya berdakwah dari satu tempat ketempat yang lain sekarang mereka lebih banyak berdakwah di media sosial. Banyaknya pengguna TikTok, para pendakwah Islam mengambil kesempatan tersebut dengan baik sebagai wadah dakwah di era modern. TikTok dapat menggaet segala kalangan untuk belajar Islam sesuai dengan penyampaian dari *Islamic content creator*(Palupi et al., 2021).

Dampak yang diberikan oleh perkembangan teknologi sangatlah besar sehingga mempengaruhi kehidupan manusia yang dituntut untuk terus mengikuti perkembangan zaman agar tidak mengalami ketertinggalan, baik anak-anak, orang dewasa, maupun orang tua. Dampak yang paling dirasakan karena kecanggihan teknologi adalah penyebaran informasi. Banyak sekali informasi beredar yang

bisa di dapatkan hanya dalam hitungan menit bahkan hitungan detik. Informasi tersebut bisa kita dapatkan melalui media baru atau yang sering dikenal dengan media sosial. (Randani et al., 2021).

Michael Gamble dan Teri Kwal Gamble (2002) menyatakan bahwa, terdapat empat ciri fenomena yang dimiliki media sosial. Pertama, pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang melainkan untuk banyak orang atau bisa diakses oleh banyak orang. Kedua, informasi yang disampaikan bebas tanpa melalui sistem seleksi, baik dalam *editing* maupun *gatekeeper*. Ketiga, informasi yang disampaikan cenderung lebih cepat dibandingkan dengan media lama. Keempat, penerima pesan dapat menentukan waktunya sendiri dalam berinteraksi. Dari semua pandangan , dapat kita lihat betapa kuatnya potensi media sosial dalam mempengaruhi masyarakat, melalui kanal-kanal beragam yang banyak jumlahnya. Oleh sebab itu, membuat konten yang baik di media sosial merupakan suatu keharusan. Dalam bahasa keislaman, konten tersebut merupakan pesan yang berdaya yang bertujuan untuk menjadikan tiap muslim menjadi penyiar rahmatan lil'alam (Farid, 2019). Dengan memanfaatkan media sosial untuk membuat konten-konten yang menarik, dengan tidak menghilangkan nilai-nilai keagamaan didalamnya dapat dijadikan sebagai sarana dakwah.

Dakwah sendiri sudah merupakan keharusan bagi umat Islam untuk meneruskan tugas para Nabi dalam menyampaikan seruan Allah SWT. Kepada manusia untuk mengenalkan dan membimbingnya pada jalan kebaikan. Dakwah merupakan proses memberi tahu manusia khususnya umat Islam untuk mengamalkan ajaran Islam berdasarkan Al-quran dan Hadist. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi, para pendakwah diharapkan berperan aktif dalam menyampaikan pesan dakwahnya di sosial media, agar eksistensi dari dakwah bisa meningkat, dan nilai-nilai Islam serta keindahannya dapat diketahui oleh semua orang yang ada di belahan dunia (Uddin & Muhid, 2021).

Sebelum dakwah hadir di media baru, hal ini sudah menjadi bagian integral dari sejarah Islam. Dakwah sudah hadir di media lama seperti Televisi, Radio, Koran, dll. Hal ini dikarenakan dampak yang diberikan oleh media sangatlah besar, para ulama menyebarkan pesan agama, memberikan fatwa, dan

menjawab semua pertanyaan para umat Islam melalui beberapa platform seperti yang sudah disebutkan guna mencakup lebih banyak audiens. Meskipun media lama memiliki akses terbatas secara geografis, media lama juga memiliki peran penting dalam memperkuat keimanan para umat Islam. Dengan berkembangnya era digital para pendakwah yang awalnya hanya bisa menyampaikan pesan dakwahnya di media lama harus bisa menyampaikan pesan dakwahnya melalui media baru agar terus bertahan dan diminati oleh masyarakat luas (Meifitri & Susanto, 2020).

Adapun penelitian terdahulu Melly Septian Pardiant, Valentin Valiant, S.Sos, M.Ikom, Program Studi Ilmu Komunikasi , Universitas Persada Indonesia YAI yang berjudul “Pengelolaan Konten TikTok Sebagai Media Informasi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana memanfaatkan sosial media dengan cara mengelola konten. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, observasi partisipan, dokumentasi dan kepustakaan. Hasil dari penelitian pengelolaan suatu konten menggunakan unsur-unsur komunikasi seperti sumber, pesan, media, penerimaan, efek, dan umpan balik sangat penting dalam pengelolaan konten TikTok pada akun @iben_ma. Persamaan penelitian terdahulu dengan yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan teori media baru namun ada yang membedakan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu fokus penelitian ini adalah diseminasi konten dakwah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan , maka dapat dirumuskan bahwa yang menjadi pokok permasalahan yang akan dibahas adalah bagaimana pengelolaan media tiktok sebagai diseminasi konten dakwah di Pondok Pesantren Nazhatut Thullab.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah , maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengelolaan

media tiktok sebagai diseminasi konten dakwah di Pondok Pesantren Nazhatut Thullab.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi bahan informasi yang bermanfaat antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Bagi ilmu pengetahuan penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai informasi maupun referensi bahan kajian untuk penelitian selanjutnya, dan juga mampu menambah kajian pada disiplin ilmu komunikasi khususnya terkait teknologi komunikasi media baru khususnya media TikTok.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya serta memberi masukan bagi pengelola Pondok Pesantren untuk kemudian bisa menjadi bahan evaluasi dan riset agar Pondok Pesantren lebih optimal dalam mengelola media sosial khususnya media TikTok.