

TUAN GURU DI ERA MEDIA SOSIAL
(Studi Fenomenologis Terhadap Pemanfaatan Komunikasi Dakwah
Tuan Guru di Lombok Timur)



Oleh:
AHSANUL RIJAL
NIM: 17202010002

TESIS

Diajukan Kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister Sosial

YOGYAKARTA
2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahsanul Rijal, S.Sos
NIM : 17202010002
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 3 Agustus 2019

Saya yang menyatakan,



Ahsanul Rijal, S.Sos
NIM: 17202010002

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahsanul Rijal, S.Sos
NIM : 17202010002
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika kemudian terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 3 Agustus 2019

Saya yang menyatakan,



Ahsanul Rijal, S.Sos
NIM: 17202010002

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230
<http://dakwah.uin-suka.ac.id>, email: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR/TESIS

Nomor: 622/Un.02/DD/PP.009/08/2019

Tesis berjudul : Tuan Guru di Era Media Sosial (Studi Fenomenologis
terhadap Pemanfaatan Media Komunikasi Dakwah Tuan
Guru di Lombok Timur)

yang disusun oleh :

Nama : Ahsanul Rijal
NIM : 17202010002
Program Studi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Tanggal Ujian : Rabu, 21 Agustus 2019

telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Sosial

Yogyakarta, 21 Agustus 2019

Dekan



Dr. H. Nuriannah, M.Si.

NIP. 19600310 198703 2 001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230
<http://dakwah.uin-suka.ac.id>, email: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR/TESIS

Nomor: 622/Un.02/DD/PP.009/08/2019

Tugas Akhir dengan judul : Tuan Guru di Era Media Sosial (Studi Fenomenologis terhadap Pemanfaatan Media Komunikasi Dakwah Tuan Guru di Lombok Timur)
Yang dipersiapkan dan disusun oleh :
Nama : Ahsanul Rijal
Nomor Induk Mahasiswa : 17202010002
Telah diujikan pada : Rabu, 21 Agustus 2019
Nilai Ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
NIP. 19680103 199503 001

Penguji II

Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
NIP. 19600905 198603 1006

Penguji III

Dr. Musthofa M.Si.
NIP. 19680103 199503 001

Yogyakarta, 21 Agustus 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan



Dr. Nuriannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Sunan
Kalijaga Yogyakarta.

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

TUAN GURU DI ERA MEDIA SOSIAL

(Studi Fenomenologis Terhadap Pemanfaatan Komunikasi Dakwah Tuan Guru di
Lombok Timur)

Yang ditulis oleh:

Nama : Ahsanul Rijal, S.Sos
NIM : 17202010002
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Magister (S2) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam (M.Sos).

Wassalamu'alaikum wr. Wb.

Yogyakarta, 3 Agustus 2019
Pembimbing,



Dr. Hamdan Daulay M.Si.

MOTTO

Aduh sayang, tuntutlah ilmu sepuas-puas
Dari yang rendah sampai fakultas
Jangan sekali lengah dan malas
“menjemur sementara hari panas”

Aduh sayang, kalau orang bertitel tinggi
Ingin disebut masyarakat mumi
Tapi amphibi berakhlak keji
"bagai antan pencungkil duri”

(TGKH. Muhammad Zainuddin Abdul Madjid)

Cinta mengubah kekasaran menjadi kelembutan, mengubah orang menjadi berpendirian, mengubah pengecut menjadi pemberani, mengubah penderitaan menjadi kebahagiaan dan membawa perubahan bagi siang dan malam.

(Jalaluddin Al-Rumi)

Indikator kesuksesan kaum akademik sebagai pejuang humanisme-teosentris pada zaman postmodernisme adalah antara menjadi penguasa dan pengusaha.

(Bang Ijang)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini dipersembahkan untuk:

Almamater penulis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan IAIH NW Lombok Timur, Untuk orang tua penulis Bapak Hamdi dan ibu Amrah yang telah membesarkan, membimbing dan memberikan kesempatan penulis untuk menuntut ilmu setinggi-tingginya. Selanjutnya, untuk calon istri penulis Suciani Ika Lidyarsih Amd.Keb yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan tesis ini.



ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian yang membahas tentang *Tuan Guru* di era media sosial dalam pendekatan fenomenologis terhadap pemanfaatan medium komunikasi dakwah dalam fokus objek *Tuan Guru* di Lombok Timur. Adapun yang melatar belakangi penelitian ini yaitu Era digitalisasi merupakan masa ketika manusia mengalami perubahan pesat dalam melakukan segala aktivitas mulai dari persoalan ekonomi, politik dan agama. Distrupsi teknologi bukan hanya menggerus sektor ekonomi dalam bentuk star-up saja. Oleh sebab itu, *Tuan Guru* sebagai subjek komunikasi dakwah bagaimana menyikapi perkembangan teknologi informasi dalam pemanfaatan komunikasi dakwah secara situasional, efektif, relevan dan efisien. Dengan demikian dalam penelitian ini mencari jawaban dari rumusan masalah, yakni. *Pertama*, bagaimana respon *Tuan Guru* dalam pemanfaatan media sosial sebagai medium komunikasi dakwah baru. *Kedua*, bagaimana komunikasi dakwah *Tuan Guru* di media sosial. *Ketiga*, bagaimana perkembangan dan hambatan dalam pemanfaatan media sosial terhadap komunikasi dakwah.

Metode penelitian dalam meneliti *Tuan Guru* di era media sosial dalam pendekatan fenomenologis terhadap pemanfaatan media sosial sebagai medium komunikasi dakwah baru. Dalam hal ini, menggunakan metode penelitian dengan jenis penelitian kualitatif studi fenomenologi dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi dalam mengumpulkan data-data untuk menjawab rumusan masalah. Sedangkan analisis data menggunakan *Interpretative Phenomenological Analysis* dalam mereduksi data sehingga data menjadi sistematis dan logis.

Adapun hasil dari penelitian ini adalah meliputi sebagai berikut: *Pertama*, terdapat respons *Tuan Guru* yang tidak sebagai pengguna aktif media dalam pemanfaatan komunikasi dakwah. Adapun respons *Tuan Guru* tidak memanfaatkan media sosial dalam berdakwah karena faktor ideologi, literasi media dan budaya hidup. *Kedua*, *Tuan Guru* sebagai subjek komunikasi dakwah yang proaktif dalam pengembangannya. Yakni, TGH. Muzayyin dan TGB. Zainul Majdi secara intensif berkomunikasi dakwah di media sosial. Adapun media sosial yang digunakan adalah facebook, instagram dan youtube. Sedangkan metode yang digunakan meliputi desain live streaming, video editorial dan tulisan quote-quote Islami. Kemudian materi-materi komunikasi dakwah meliputi kajian tauhid, fiqh dan akhlak yang dikontekstualisasikan dengan konsep prulisme agama dan kewajiban bernegara. Hambatan-hambatan *Tuan Guru* dalam aktivitas komunikasi dakwah di media sosial meliputi, kurangnya literasi media, penguasaan bahasa dan budaya etika media sosial.

Kata kunci: *Tuan Guru, Komunikasi Dakwah, Media Sosial*

ABSTRACT

This research is a study that discusses the *Tuan Guru* in the era of social media in a phenomenological approach to the use of propaganda communication medium in the focus of the *Tuan Guru* object in East Lombok as for the background of this research, the era of digitalization is a time when human experience rapid changes in carrying out all activities ranging from economic, political and religious issues. Technology disturbances not only erode the economic sector in the form of startups. Therefore, the master as the subject da'wah communication how to address the development of information technology in the use of da'wah communication in a situational, effective, relevant and efficient manner.

Thus in this study looking for answers to the formulation of the problem. First, how the *Tuan Guru*'s response in the use of social media as a medium of new propaganda communication. Secondly, how *Tuan Guru* communicate da'wah in social media. Thirdly, how are the developments and obstacles in the use of social media for da'wah communication.

Research methods in researching *Tuan guru* in the era of social media in a phenomenological approach to the use of social media as a medium for new propaganda communication. In this case, using research methods with qualitative research types of study of phenomenology by using interview and observation techniques to collect data to answer the problem formulation. While data analysis uses interpretative phenomenological analysis in reducing data so that the data becomes systematic and logical.

The results of this study include the following: first, there is the response of *Tuan Guru* who is not an active user of the media in the use of da'wah communication. The *Tuan Guru*'s response did not utilize social media in da'wah because of ideology, media literacy and cultural life. Second, *Tuan Guru* as the subject of proactive communication in his development. Namely, TGH. Muzayyin and TGB. Zainul Majdi intuitively communicate propaganda on social media. The social media used are Facebook, Instagram and YouTube. While the methods used include the design of live streaming, editorial video and writing Islamic quotes. Then preaching communication materials include the study of monotheism, jurisprudence and morals which are contextualized with the concept of religious pluralism and state of obligations. The obstacles of *Tuan Guru* in the propaganda communication activities on social media include, the lack of media literacy, *Tuan Guru* of language and cultural ethics of social media.

Keywords: *Tuan Guru, Da'wah Communication, Social Media*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543b/U/1987, Tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	T	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbaik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena Syahadah ditulis rangkap

متعقدين	ditulis	muta' aqqidīn
عدة	ditulis	'iddah

C. Ta' marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	ditulis	Hibbah
جزية	ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap kedalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامه الاولياء	Ditulis	karāmah al-auliyā'
----------------	---------	--------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harokat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	zakātul fitri
------------	---------	---------------

D. Vocal Pendek

_____	Kasrah	ditulis	I
_____	fathah	ditulis	a
_____	dammah	ditulis	u

E. Vocal Panjang

fathah + alif	ditulis	Ā
جاهلية	ditulis	jāhiliyyah
fathah + ya' mati	ditulis	a
يسعى	ditulis	yas'ā
kasrah + ya' mati	ditulis	ī
كريم	ditulis	karīm
dammah + wawu mati	ditulis	u
فروض	ditulis	furūd

F. Vocal Rangkap

fathah + ya' mati	ditulis	Ai
بينكم	ditulis	bainakum
fathah + wawu mati	ditulis	au
قول	ditulis	qaulukum

G. Vocal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	a'antum
أَعَدْتُ	ditulis	u'idat
لَنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	la'in syakartum

H. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf qamariyah

القران	ditulis	al-Qura'an
القياس	ditulis	al-Qiyās

- b. Bila diikuti huruf syamsiah ditulis dengan menggandakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (el)-nya.

السماء	ditulis	as-Sama
الشمس	ditulis	asy-Syams

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفروض	ditulis	zawī al-furūd
أهل السنة	ditulis	ahl al-sunnah

J. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata baik fi'il(kata kerja), isim (kata benda) maupun hurufditulis secara terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan hurufArab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena huruf atau harakat yangdihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan jugadengan kata lain yang mengikutinya.

Pengecualian:

Sistem transliterasi ini tidak penulis berlakukan pada:

1. Kosa kata Arab yang sudah lazim dalam bahasa Indonesia dan terdapatdalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, seperti al-Qur'an dan lainsebagainya.
2. Judul buku atau nama pengarang yag menggunakan kata Arab tetapi sudahdilatinkan oleh penerbit.
3. Nama pengarang yang menggunakan namaArab, tetapi berasal dariIndonesia.
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١﴾ وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ﴿٢﴾ أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ لَا نَبِيَّ بَعْدَهُ ﴿٣﴾ اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ ﴿٤﴾

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Shalawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Penyusunan tesis ini merupakan kajian tentang *Tuan Guru* di era media sosial dengan pendekatan fenomenologis terhadap pemanfaatan komunikasi dakwah *Tuan Guru* di Lombok Timur. Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Nurjannah, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. H. Ahmad Rifa'i, M.Phil selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Hamdan Daulay M.Si, M.A selaku dosen pembimbing tesis yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberi arahan kepada penulis.
5. Segenap dosen dan tenaga profesional Program Magister (S2) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

6. Segenap *Tuan Guru* adalah selaku guru-guru penulis. Semoga beliau-beliau dianugraahkan kesehatan dan umur yang panjang oleh Allah SWT.
7. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Hamdi dan Ibunda Amrah serta Keluarga besar 10 bersaudara, Sulastri, Sudiarni, Dr. Basrir Hamdani, MA, Rahmawati, Adniya, Rahun Hayati, Husnul Zaki, Aldi Syarif dan Istiqomahyang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, semangat dan do'a terbaiknya. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan kepadamereka.
8. Segenap keluarga besar Kalam Lombok-Jogja, Dr. Muhammad Said, MA Burhanudin, S.Pd, Tantowi, M.Pd, Alawi, M.Pd, Safinah, M.Pd, Saefudin, MH, Dr. TGH M. Azami, M.Pd. saya ucapkan terimakasih setinggi-tingginya.

Saya menyadari dalam penulisan tesis ini tentu terdapat kesalahan dan kekurangan, sebagai manusia biasa saya memohon ampun kepada Allah SWT juga kepada para pembaca yang budiman, kritik dan saran bisa disampaikan melalui email ahsanulrijal682@gmail.com *Jazakumullah Khairon Katsiro. Aamiin*

Yogyakarta, 3 Agustus 2019
Penulis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Ahsanul Rijal, S.Sos
NIM. 17202010002

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
PENGESAHAN	iv
PERSETUJUAN	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	vi
ABSTRAK.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR	xii
MOTTO.....	xiv
PERSEMBAHAN.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I : PENDAHULUAN	

A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	9
C. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN	10
D. KAJIAN PUSTAKA	12
E. METODE PENELITIAN	16
1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	16
2. Sumber Data	18
a. Data Primer	19
b. Data Skunder.....	19
3. Teknik Pengumpulan Data	20
a. Dokumentasi	20
b. Wawancara	20
c. Observasi	21
4. Teknik Analisis Data	22

a. Membaca Dan Membaca Ulang (Reading And Re-Reading)	23
b. Mencatat Awal (Initial Noting)	23
c. Mengembangkan Kemunculan Tema (Developing Emergent Tems)	24
d. Mencari Kaitan Dengan Tema (Searching For Connetion a Cross Emergent Tems)	25
e. Memindahkan Kasus (Moving The Next Cases)	26
f. Mencari Kesesuaian Kasus (Looking For Patterns a Cross Cases)	26
F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	26
 BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Komunikasi Dakwah	28
1. Pengertian Komunikasi Dakwah	28
2. Hubungan Komunikasi dan Dakwah.....	32
3. Hukum Dakwah.....	34
4. Tujuan Dakwah	38
5. Metode Dakwah	40
6. Media Dakwah	43
B. Media Sosial	45
1. Pengertian Media Sosial.....	45
2. Jenis-Jenis Media Sosial.....	48
3. Macam-Macam Teori Media Massa.....	50
a. Teori Media Sosial	51
b. Teori Penggunaan dan Kepuasan (<i>uses and gratification</i>)	51
c. Teori Agenda Setting	55
4. Perkembangan Pengguna Media	57

BAB III : TUAN GURU DAN MEDIA SOSIAL

A. Geneologi Tuan Guru	59
1. Pengertian Tuan Guru	59
2. Struktur dan Fungsi Tuan Guru.....	68
3. Potensi-Potensi Tuan Guru.....	71
4. Sejarah Dakwah Tuan Guru Di Lombok.....	80
B. Respon Tuan Guru Dan Media Sosial	82

BAB IV: AKTIVITAS KOMUNIKASI DAKWAH TUAN GURU DI MEDIA SOSIAL

A. Komunikasi Dakwah Tuan Guru di Media Sosial.....	90
1. TGH. Muhammad Muzayyin	
a. TGH. Muzayyin dan Media Facebook.....	91
1) Histografi Aktivitas Komunikasi Dakwah TGH. Muzayyin Melalui <i>Facebook</i>	92
2) Metode Komunikasi Dakwah TGH. Muzayyin di <i>Facebook</i>	96
a) Live Streaming.....	97
b) Video Editorial.....	101
c) Tulisan Quote-Quote Pendek	107
b. TGH. Muzayyin di Media <i>Instagram</i>	115
1) Histografi Aktivitas Komunikasi Dakwah TGH. Muzayyin Melalui <i>Instagram</i>	115
2) Metode caption Islami Komunikasi Dakwah TGH. Muzayyin di <i>Instagram</i>	117
c. TGH. Muzayyin di Media <i>Youtube</i>	125
1) Histografi Aktivitas Komunikasi Dakwah TGH. Muzayyin di <i>Youtube</i>	125
2) Metode Video Editorial TGH. Muzayyin Komunikasi Dakwah di <i>Youtube</i>	128

2. TGB. Muhammad Zainul Majdi.....	133
a. TGB Majdi dan Media Facebook.....	133
1) Histografi Aktivitas Komunikasi Dakwah TGB di <i>Facebook</i>	133
2) Metode Komunikasi Dakwah TGB di <i>Facebook</i>	137
a) Video Editortial.....	138
b) Tulisan Quote-Quote Pendek.....	141
b. TGB Majdi dan Media Instagram.....	144
1) Histografi Aktivitas Komunikasi Dakwah TGB di <i>Instagram</i>	144
2) Metode <i>Caption</i> Islami Komunikasi Dakwah TGB di <i>Instagram</i>	147
c. TGB Majdi dan Media Youtube.....	150
1) Histografi Aktivitas Komunikasi Dakwah TGB di Youtube.....	150
2) Metode Video Editorial Komunikasi Dakwah TGB di <i>Youtube</i>	151
B. Perkembangan dan Hambatan-hambatan Komunikasi Dakwah Tuan Guru di Media Sosial.....	153
1. Perkembangan Komunikasi Dakwah Tuan Guru di Media Sosial.....	153
a. Intensitas Tuan Guru di Media Sosial.....	154
b. Perkembangan Konten-Konten Komunikasi Dakwah Tuan Guru di Media Sosial.....	158
2. Hambatan-hambatan Komunikasi Dakwah Tuan Guru di Media Sosial.....	159

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....165

B. Saran-Saran.....166

DAFTAR PUSTAKA.....168

LAMPIRAN181

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....209



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah merupakan salah satu komponen kegiatan komunikasi, perkembangan dakwah selaras dengan perkembangan komunikasi. Aktivitas komunikasi dan dakwah adalah memiliki kesamaan secara intrinsik dan ekstrinsik baik ditinjau dari unsur-unsur formal dan material. Prinsipnya, aktivitas komunikasi dakwah merupakan aspek fundamental dalam kehidupan manusia. Dalam mewujudkan kebutuhan keagamaan, sehingga perlu adanya refleksi dari metode aktivitas komunikasi dakwah yang relevan dan situasional.

Dewasa ini, manusia telah menghadapi era digitalisasi dalam keberlangsungan kehidupan. Era digitalisasi merupakan masa ketika manusia mengalami perubahan pesat dalam melakukan segala aktivitas mulai dari persoalan ekonomi, politik dan agama. Distrupsi teknologi bukan hanya menggerus sektor ekonomi dalam bentuk star-up saja. Misalnya, hadir sistem ojek online, toko online, order makanan online dan lain-lain. Refleksinya, segala atribut perekonomian pun berbasis digital akan mengikuti komodifikasi secara totalitas dalam bentuk elektronik money dan uang koin. Senada dengan Cassanova dalam Noorhaidi menyebut fenomena ini “derivatisasi agama” yaitu fakta bahwa agama menolak untuk ditempatkan diposisi marjinal dan privat sebagaimana dikehendaki oleh teori-teori modernitas dan skularisasi modern.¹

Berangkat dari distrupsi teknologi digital 4.0 dalam ekspektasi komunikasi dakwah Islam pun akan bergeser mulai dari tradisi model konvensional menuju model virtual berbasis teknologi digital, karena

¹ Noorhaidi Dkk, *Literatur Keislaman Generasi Mileneal: Transmisi, Apropriasi dan Kontestasi*, (Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018), 73.

kemampuan manusia berkomunikasi secara lisan yang dilakukan dengan tatap muka (*face to face*) dapat menampakkan ekspresi wajah gembira, bahagia dan murung. Namun aktivitas komunikasi semacam itu terjadi konvergensi dalam bentuk digital berbasis internet sebagai manifestasi dari aktivitas interaksi sosial model konvensional.

Perkembangan teknologi informasi ditandai dengan kehadiran media sosial yaitu berbasis internet. Hal ini, menjadi perhatian masyarakat modern dalam proses negosiasi dengan instrumen modern, karena perkembangan tersebut menjadi keniscayaan bagi semua pihak mulai dari politisi, agamawan, budayawan dan seniman untuk memanfaatkan fasilitas publik sebagai sarana interaksi sosial dan integrasi sosial dalam mempublikasi segala kebutuhan khalayak publik. Roder menyebutkan *mediamorphosis* terjadi akibat *interplay* dari kebutuhan-kebutuhan yang dibayangkan, tekanan-tekanan kompetitif dan politis, serta inovasi-inovasi sosiologis dan teknologis.²

Sejatinya, kehadiran media sosial membawa pengaruh positif dalam memberikan peluang individu untuk mengakses beragam informasi dalam menyesuaikan kebutuhan dan selera kehidupan tergantung lingkungan dunia maya yang akan membentuk realitas sosial.

Konstruksi media sosial dalam perubahan sosial menjadi perhatian utama oleh pengguna aktif (*digital native*) dalam pemanfaatannya. Faktanya, berdasarkan hasil survei lembaga *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (APJII) pada 2017 dalam jumlah penduduk sebesar 143,26 juta jiwa dan sebagai pengguna internet sekitar 54,68%. Sedangkan, pada tahun 2016 jumlah penduduk 256,2 juta jiwa dan pengguna internet sekitar 52,5%. Jadi, jumlah pengguna internet semakin bertambah setiap tahun terutama pulau Jawa

² Roger Fidler, *Mediamorphosis: Memahami Media Baru*, terj. Hartono Hadikusumo, (Yogyakarta: Benteng Budaya, 2003), 10.

masih menempati urutan tertinggi dengan penetrasi pengguna internet sebesar 58,08%, selanjutnya Sumatera 19,09%, Kalimantan 7,79%, Sulawesi 6,73%, Bali-NTB-NTT 5,63% dan Maluku-Papua 2,49%. Sedangkan pengguna internet didominasi usia muda sekitar 13-18 tahun sebesar 75,5%, dalam detailnya jenis kelamin laki-laki 51,43% dan perempuan 48,57%.³

Berangkat dari hasil survei lembaga *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (APJII) pada 2017 adalah menjadi pijakan penulis dalam memetakan potensi aktivitas komunikasi dakwah yang efektif dan efisien. Oleh sebab itu, menunjukkan provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) termasuk khalayak pengguna aktif media sosial. Sehingga potensi dalam mendapatkan informasi baru pun bersifat kolektif. Khususnya, dalam persoalan agama, masyarakat akan memilih pembawa otoritas keagamaan untuk memupuk ideologi agama yang bersifat homogenitas.

Kehadiran media sosial menyebabkan adanya ruang publik baru untuk berinteraksi sosial berbasis internet. Karena itu, ruang publik digunakan sebagai sarana pertukaran pesan-pesan yang dianggap mencerminkan kepentingan publik dalam mengembangkan peradaban publik. Lihat Habermas menegaskan ruang publik dalam konteks ini bersifat *meditated* ataupun yang *non meditated*.⁴

Senada dengan Hefner dalam Noorhaidi mengatakan bahwa salah satu fenomena paling menonjol dari transformasi demokratik di Indonesia adalah revitalisasi ruang publik. Dalam teori demokrasi modern, demokratisasi dimaksudkan tidak hanya terkait masalah pemilihan-pemilihan saja, namun yang lebih penting adalah bagaimana prulitas kuasa dan diskursus publik berkembang dengan hadirnya ruang

³ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APIJI), *Penetrasi dan Prilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2017*, (Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet, 2017), 6.

⁴ Jurgen Habermas, *Public Sphere*, (Jakarta: Rosda Karya, 2013), 115

publik dan budaya partisipatif di mana argumen dari warga negara yang beragam mampu menjadi dasar otoritatif bagi aksi-aksi politik dan sosial.⁵ Intonasi demokrasi dan derivatisasi agama seiring mewarnai kehidupan masyarakat pluralitas dan heterogenitas agama, karena agama dan demokrasi secara ontologis sebagai platform toleransi dan negosiasi identitas.

Motivasi penggunaan media sosial sebagai indikator fundamental dalam mengetahui fleksibilitas ruang publik baru, karena ketertarikan terhadap media sosial akan mempengaruhi realitas sosial seorang pengguna dalam mencari informasi yang sesuai dengan ekspektasi kelas sosial. Lihat hasil penelitian Kim, Shim dan Kyung menyatakan penggunaan situs jejaring sosial atau media sosial didasari oleh motivasi yang dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu motivasi ekstrinsik (*extrinsic motivation*) dan motivasi instrinsik (*intrinsic motivation*). Motivasi ekstrinsik berkaitan dengan keinginan untuk merespon aktivitas orang lain. Sedangkan motivasi instrinsik adalah keinginan seseorang untuk mendapatkan kesenangan diri.⁶

Potensi positif dan negatif media sosial ibarat dua mata pisau yang tidak bisa dipisahkan maka akan tetap ada dihadapi oleh pengguna khlayak aktif. Potensi positif media sosial dalam memenuhi kebutuhan interaksi sosial, transaksi kegiatan ekonomi dan aktivitas birokrasi dalam mendapatkan informasi baru. Melalui internet, seseorang dapat mengetahui segala hal tanpa batas ruang dan waktu. Selain itu, internet juga memiliki kelebihan bagi setiap penggunaanya yang dapat

⁵ Noorhaidi Dkk, *Literatur Keislaman Generasi Mileneal: Transmisi, Apropias dan Kontestasi*, (Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018), 67.

⁶ Ju Yeon Kim, J. P. Shim, Kyung Mo Alm, *Social Networking Service: Motivation, Pleasure, and Behavioral Intention To Use* , (Journal of Computer Information Systems, vol. 51, no. 4, 92-101, 2011), 93.

mengirim dan menerima pesan ke berbagai pihak.⁷ Charles R. Berger, Michael E. Roloff dan David R. Roskos-Ewoldsen menyebutkan bahwa teknologi media baru memberi peluang bagi individu untuk menyesuaikan dengan kebutuhan, merancang sesuai selera, dan mengkreasi isi media.⁸

Sedangkan, potensi negatif dalam pemanfaatan media sosial terhadap konteks sosial menjadi pembahasan fundamental untuk mengejawantahkan relasi media sosial dengan realitas sosial. Tentunya, dampak media sosial tidak luput dari distorsi penggunaan media sosial, sebagaimana realitas sekelilingnya menjadi pudar dengan sibuk dengan simulasi media sosial. Misalkan, remaja-remaja berkumpul dalam satu meja yang dilengkapi dengan masing-masing mereka sibuk main game online, *chatting* di *whatsapp*, *instagram* dan nonton *vlogger* di *youtube*. Katlheen A. Begley menyebutkan komunikasi tatap muka tetap merupakan interaksi manusia yang paling berpengaruh. Walaupun perangkat elektronik memiliki tidak benar-benar dapat menggantikan keakraban dan kedekatan orang-orang yang bercakap-cakap di ruang yang sama.⁹

Secara substansial, kemudahan mengakses media menjadi potensi besar bagi pemuka agama untuk memanfaatkan fasilitas publik dalam melakukan aktivitas komunikasi dakwah dalam mengembangkan inovasi dan kreativitas terhadap pengembangan komunikasi dakwah masyarakat modern. Pragmatisme etos aktor komunikasi dakwah dalam mengkonvergensi aktivitas dakwah secara manual menuju virtual berbasis internet. Karena itu, dalam penelitian Wulan Kinasih dan

⁷ Tesis oleh Haryanto, *Media Sosial Dan Interaksi Sosial: Studi Pengaruh Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2018), 4.

⁸ Charles R. Berger, Michael E. Roloff dan David R. Roskos-Ewoldsen, *Handbook Ilmu Komunikasi*, terj. Derta Sri Widowatie, (Bandung: Nusa Media, 2014), 381.

⁹ Katlheen A. Begley, *Komunikasi Tatap Muka: Menciptakan Hubungan Manusia di Dunia Yang Dikendalikan Teknologi*, terj. Ati Cahayati (Jakarta: Indeks, 2010), 3.

Johan Bhimo Sukoco menyebutkan terdapat beberapa nama-nama ustadz yakni, Ustadz Felix Siau, Yusuf Manshur, Aa Gym, Arifin Ilham, Habib Novel yang memanfaatkan media sosial *facebook*, *instagram*, atau pun *youtube* sebagai media dakwah dakwahnya. hasilnya sebagai berikut:

- a. Ustadz Felix Siau, pengikut akun *facebook* berjumlah 4.027.564 orang, *instagram* berjumlah 1.200.000 orang dan *youtube* berjumlah 19.983 orang.
- b. Ustadz Yusuf Mansyur. Pengikut akun *facebook* berjumlah 7.135.934 orang dan *instagram* berjumlah 165.000 orang.
- c. Aa' Gym. Pengikut akun *facebook* berjumlah 191.203 orang, *instagram* berjumlah 1.600.000 orang dan *youtube* berjumlah 14.779 orang.
- d. Arifin Ilham. Pengikut akun *facebook* berjumlah 6.874.643 orang, *instagram* berjumlah 836.000 orang dan *youtube* berjumlah 3.068 orang.
- e. Habib Novel Alydrus. Pengikut akun *facebook* berjumlah 1.244.221 orang, *instagram* berjumlah 10.500 orang dan *youtube* berjumlah 4.679 orang.¹⁰

Oleh sebab itu, kesadaran para Ustadz-Ustadz selebritis dalam skala nasional terhadap perhatian mereka dalam pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi dakwah, sungguh mengambil peran penting untuk mengikuti masyarakat modern. Aktivitas komunikasi dakwah mereka melalui media sosial cukup banyak diikuti oleh

¹⁰ Wulan Kinasih dan Johan Bhimo Sukoco, *Da'wah And Social Media (Mapping Study Of Da'wah Through Social Media In Indonesia)* (Dipresentasikan dalam Acara International Da'wah Conference (IDACON) 2017 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 4 Oktober 2017). Lihat Fakhurroji menyebutkan aktivitas dakwah merupakan domain penting dalam Islam yang sering dipahami sebagai upaya penyebaran ajaran dan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas. Adanya aktivitas dakwah secara online menggambarkan gagasan modernitas bagi umat Islam secara umum. Moch. Fakhurroji, *Dakwah Di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 191.

warganet mulai dari kalangan pemuda milenial hingga kalangan dewasa. Dalam hal ini, pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dakwah di era teknologi informasi sangat dibutuhkan dalam menstabilkan kebutuhan hasrat spritualitas dan religiusitas berbasis *online*. Namun bukan hanya fokus dalam tujuan popularitas dan viralitas.

Secara spesifik, *Tuan Guru* merupakan istilah tokoh agama dalam etnis Sasak di Lombok. Jamaluddin dalam Dedi Putrawan menyebutkan *Tuan Guru* adalah gelar kehormatan yang diberikan oleh masyarakat Sasak¹¹ kepada seseorang karena memenuhi kriteria-kriteria tertentu, ketika menyebut *Tuan Guru* maka yang terbayang adalah hal-hal berkaitan dengan *karomah*, karismatik dan peristiwa-pristiwa mistik yang mengakar di Lombok.¹²

Jelasnya, Jamaluddin menyebutkan dalam masyarakat Sasak, *tuan guru* memiliki pengaruh yang besar, lebih dari itu status sosial *tuan guru* menduduki posisi yang sangat strategis. Masyarakat Sasak memiliki pandangan sendiri tentang *tuan guru*, besarnya pengaruh *Tuan Guru* juga tidak dapat dilepaskan dari sikap dan pemahaman keagamaan masyarakat Sasak itu sendiri. Masyarakat memiliki cara tersendiri dalam memperlakukan, memberikan penghormatan, dan cara

¹¹ Sasak adalah penduduk asli dan merupakan kelompok etnis mayoritas Lombok. Kendra Clegg, *The Politics of Redefining Ethnic Identity in Indonesia, Smhothing The Fires in Lombok With Democracy*, Dalam Nicholas Taling and Edmun Terence Gomez (Eds), *The State, Devlopment And Identity In Multy-Ethnic Societies: Ethnicity, Equity And The Nation*, (New York: Routledge, 2008), vol 7, 172. Lihat juga Wallace menyebutkan bahwa orang Sasak dapat dikelompokkan ke dalam jenis keturunan Melayu. Mereka meliputi lebih dari 90% keseluruhan penduduk Lombok. Kelompok-kelompok etnis lain seperti Bali, Sumbawa, Jawa, Arab dan Cina adalah para pendatang, meliputi kurang lebih 3% dari keseluruhan penduduk Lombok. Orang Bali terutama tinggal di Mataram dan Lombok Barat dan sebagian kecil Lombok Tengah. A.R Wallace, *The Malay Archipelago. The Land Of The Orang Utan, and The Bird Of Paradise*, (Singapura: Oxford University Press, 1986), 182.

¹² Agus Dedi Putrawan, *Dekarismatisasi Tuan Guru Di Lombok Studi Pudarnya Pesona Tuan Guru dalam Pemilu*, (Jurnal Agama dan Hak Asasi Manusia, vol 5, 282-330, 2014), 285.

bersikap terhadap *tuan guru*. Besarnya pengaruh *tuan guru* tidak dapat dilepaskan dari pandangan masyarakat terhadap haji. Haji¹³ sebagai pintu masuk untuk menjadi *Tuan Guru*. Seorang yang alim, saleh yang sudah layak disebut *Tuan Guru*, dia belum berhaji maka seseorang itu tidak akan pernah menjadi *Tuan Guru*.¹⁴

Dalam pernyataan tersebut, menunjukkan bahwa potensi komunikasi dakwah *Tuan Guru* telah dilegitimasi masyarakat Sasak berdasarkan kriteria-kriteria kredibilitas, idealitas dan popularitas menjadi *power point* dalam mengembangkan aktivitas komunikasi dakwah baik secara konvensional maupun virtual. Struktural strategis menjadi tonggak utama dalam mendapatkan otoritas sosial. Karena itu, posisi *Tuan Guru* dalam pandangan masyarakat Sasak adalah gelar tunggal dalam otoritas keagamaan dan kearifan lokal. Dengan demikian, jalan dakwah *Tuan Guru* terhadap masyarakat Lombok telah mengukir jejak yang sakral, baku dan ideal.

Faktanya, pergeseran waktu dan perubahan sosial bahkan idealitas *Tuan Guru* semakin nampak di permukaan ketika hadir media teknologi informasi yaitu media sosial. Karena itu, persiapan *Tuan Guru* dalam menyikapi secara retorik dan praktis terhadap fungsi sentral media sosial dalam perubahan gaya hidup, budaya dan agama bahkan orientasi interaksi sosial pun berubah dinamis. Berdasarkan hasil pra-observasi bahwa TGB Zainul Majdi dalam momentum secara live streaming di akun *youtube* Masjid Jogokariyan dalam mengisi pengajian subuh dengan tema “Peradaban Islam”.¹⁵ Selanjutnya, TGH.

¹³ Bagi yang telah berhaji mendapatkan posisi yang lebih baik dalam masyarakat. Lihat M. Amin Akkas, *Haji Sosial: Makna Simbol Haji dalam Masyarakat*, (Jakarta: Mediacita, 2007), 187.

¹⁴ Jamaluddin, *Sejarah Islam Lombok Abad XVI-Abad XX*, (Yogyakarta: Ruas Media, 2019), 123.

¹⁵ Hasil olah pra-observasi, Kajian Subuh TGB Zainul Majdi, tema “Peradaban Islam” di Akun Youtube Masjid Jogokaryan, 14 Mei 2017.

Muzayyin dalam akun facebooknya menulis quote-quote tentang pesan-pesan Islami dengan isi,

“ *jadikan hp mu penyebar kebaikan jangan mengumbar kemungkaran* ”.¹⁶ Postingan ini adalah aktivitas komunikasi dakwah pertama kali TGH.Muzayyin di akun facebook pribadinya. Sedangkan Tuan Guru (non user) dalam pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi dakwah baru, sehingga penulis mengidentifikasi responnya terhadap pengguna proaktif aktivitas dakwah di media sosial.

Oleh sebab itu, fenomena baru di Lombok penggunaan media sosial dalam budaya idealitas *Tuan Guru* antara peluang dan hambatan. Sebagaimana media sosial hadir dalam kultur modernitas dan *Tuan Guru* dalam karakteristik tradisional, sufistik dan sakralitas adalah dinamika dialektis- ideologis, karena sebagai subjek komunikasi dakwah yang telah dinobatkan oleh masyarakat Sasak dalam mengimplementasikan otoritas profetik keagamaan. Maka dengan demikian penulis tertarik mengidentifikasi secara fenomenologis dalam pemanfaatan media sosial sebagai fasilitas modernitas komunikasi dakwah di era teknologi informasi dan *Tuan Guru* sebagai produk tradisional sehingga bagaimana kedua variabel paradoks tersebut dapat diungkapkan secara ilmiah dan logis.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini menfokuskan titik permasalahan tentang “Tuan Guru di Era Media Sosial (Studi fenomenologis terhadap pemanfaatan komunikasi dakwah Tuan Guru Lombok Timur)”. Dengan demikian, penulis membatasi penelitian ini dalam memfokuskan secara spesifik rumusan masalah tersebut dijabarkan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

¹⁶ Hasil olah pra-observasi terhadap akun facebook pribadi TGH.Muzayyin, 23 Desember 2018 Pukul 22.18.

1. Bagaimana respons *Tuan Guru* (non user) dalam pemanfaatan media sosial sebagai medium komunikasi dakwah baru?
2. Bagaimana metode dan materi komunikasi dakwah *Tuan Guru* di media sosial?
3. Bagaimana perkembangan dan hambatan *Tuan Guru* dalam pemanfaatan media sosial terhadap aktivitas komunikasi dakwah?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah tujuan yang difokuskan peneliti, guna untuk dapat menjawab rumusan masalah tersebut antara lain:

- a. Mengidentifikasi respons *Tuan Guru* (non user) terhadap pemanfaatan media sosial sebagai media baru dalam aktivitas komunikasi dakwah di media sosial. Selain itu, paradigma komparatif antara aktivitas komunikasi dakwah konvensional berbasis non-internet atau *offline* dan komunikasi dakwah virtual berbasis internet atau *online*.
- b. Mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana fenomena aktivitas pemanfaatan metode dan materi komunikasi dakwah *Tuan Guru* (user) di media sosial secara pendekatan fenomenologis.
- c. Mengetahui sejauh mana perkembangan dan hambatan *Tuan Guru* dalam pemanfaatan media sosial sebagai media baru dalam aktivitas komunikasi dakwah.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini, berusaha untuk berkontribusi dalam sejumlah manfaat baik secara teoritis dan praktis dalam menjelaskan pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai media baru dalam aktivitas komunikasi dakwah berbasis internet terhadap *Tuan Guru* sebagai subjek komunikasi dakwah yaitu:

a. Aspek teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk memberikan kontribusi pemikiran baru bagi perkembangan wawasan dan kekayaan khazanah ilmu komunikasi dan dakwah. Khususnya, kehadiran media sosial menjadi perhatian penting bagi pengembangan teori komunikasi massa dengan kaitan studi fenomenologi terhadap pemanfaatan media sosial sebagai media baru dalam aktivitas komunikasi dakwah oleh semua kalangan di era teknologi informasi modern.

Oleh sebab itu, peneliti terdahulu hanya meneliti tentang *Tuan Guru* dalam aspek kontribusi dakwah konvensional berbasis non-internet, politik, pendidikan dan sosiologi. Namun penulis menambahkan fokus terhadap *Tuan Guru* di era media sosial sebagai atribut modernitas dan fenomena pemanfaatannya dalam aktivitas komunikasi dakwah di Lombok.

b. Aspek praktis

Urgensinya, penulis mengharapkan dalam hasil penelitian ini berkontribusi dalam mengembangkan komunikasi dakwah *Tuan Guru* di media sosial. Karena itu, *Tuan Guru* sebagai praktisi dakwah diharapkan untuk memanfaatkan media sosial sebagai media baru dalam aktivitas komunikasi dakwah di era digital informasi baik dalam desain konten-konten Islami yang menarik perhatian publik. Kemudian *Tuan Guru* juga mampu menjawab persoalan-persoalan ke-ummatan dalam berbagai kontestasi ideologi antara radikal, moderat dan liberal melalui media sosial.

Tuan Guru dan organisasi masyarakat Islam (ormas Islam) dalam konteks Lombok tidak bisa dipisahkan dalam

fungsi perubahan sosial sehingga media sosial sebagai fasilitas yang harus disiapkan dalam aktivitas komunikasi dakwah untuk menfublikasikan ajaran-ajaran Islam yang moderat dan ramah-tamah secara situasional baik dalam bentuk tablig akbar dan pengajian-pengajian rutinitas di semua majlis ta'lim.

D. Kajian Pustaka

Penelitian yang mengkaji tentang “Tuan Guru di Era Media Sosial (Studi fenomenologis terhadap pemanfaatan komunikasi dakwah Tuan Guru di Lombok Timur)” didasarkan dari beberapa hasil penelitian komunikasi dan dakwah yang telah banyak diteliti oleh semua kalangan baik mahasiswa Starata 1 (S1) dan Pascasarjana (S2), dosen dan aktivis kementerian agama (KEMENAG). Berdasarkan hasil penelusuran terhadap penelitian terdahulu dalam bentuk skripsi, jurnal, tesis dan disertasi dalam menjelaskan letak persamaan dan perbedaan mulai dari tema, landasan teori dan metodologi. Adapun penelitian-penelitian yang terkait sebagai berikut:

Pertama, tesis yang ditulis oleh Muhlis dengan judul, Dakwah di Media Sosial (Studi fenomenologi aktivitas dakwah di *facebook*) tesis, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2016. Penelitian ini membahas tentang dakwah di media sosial studi fenomenologi aktivitas dakwah di facebook, teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi, kemudian sumber data ditentukan secara purposive terhadap da'I dan facebooker yang aktif berdakwah di *facebook*. Adapun hasil penelitian yaitu, *Pertama* da'I yang menjadikan facebook sebagai media dakwah dengan cara mengunggah tulisan, gambar dan video wall. *Kedua*, da'I yang menjadikan facebook sebagai

media dakwah dengan cara mengirim pesan berupa gambar dan tulisan ke inbox.¹⁷

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, penulis tertarik dengan kesamaan terhadap aktivitas dakwah di media sosial dalam pendekatan fenomenologis melalui akun *facebook*. Namun perbedaan signifikan dalam penelitian ini ialah subjek komunikasi dakwah adalah *Tuan Guru* secara spesifik dan pemanfaatan media sosial secara kolektif melalui *facebook*, *instagram* dan *youtube*. Karena itu, *novelty* dan originalitas dalam penelitian ini akan memiliki hasil yang berbeda dalam bangunan teoritis dan analisis.

Kedua, tesis yang ditulis Syifa Hayati dengan judul, *Pemikiran dan Aktivitas Dakwah Ustadz Abdul Somad Melalui Media Sosial Youtube*. Penelitian ini membahas tentang pemikiran, aktivitas dan dampak atau pengaruh dakwah ustadz somad melalui media sosial youtube. Teori utama dalam tulisan ini menggunakan Robert Lyod George dan Anthony Giddens, dan metode penelitian kualitatif bersifat *library research* untuk mendeskripsikan paradigma dakwah Ustadz Abdul Somad melalui media sosial youtube. Adapun hasil penelitian ini yaitu, *pertama*, pemikiran dakwah Ustadz Abdul Somad adalah strategi pemikiran dakwah yang sudah diajarkan di Al-Azhar yaitu pemikiran wasathiyah (moderat). *Kedua*, aktivitas dakwahnya yaitu dakwah melalui media youtube. *Ketiga*, dari aktivitas dakwah lahirlah dampak atau pengaruh dakwah yang membangun ber-Islam yang santun dan mau mengerti golongan lain.¹⁸

Jelasnya, penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan penulis dalam memanfaatkan media sosial sebagai media aktivitas dakwah yaitu *youtube*. Namun perbedaanya hanya terletak terhadap media yang

¹⁷Tesis oleh Muhlis, *Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Aktivitas Dakwah di Facebook)*, (Makassar: UIN Alauddin, 2016).

¹⁸ Tesis oleh Syifa Hayati Islami, *Pemikiran dan Aktivitas Dakwah Ustadz Abdul Somad Melalui Media Sosial Youtube*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018).

digunakan ialah fokus menggunakan *youtube* sebagai media dakwah. Akan tetapi, dalam penelitian ini menggunakan semua media sosial yakni facebook, instagram dan youtube, karena semua media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dan segmentasi pengguna pun berbeda.

Misalkan, instagram lebih dominan kaum milenial dalam menampilkan *lifestyle*, sedangkan facebook dan youtube penggunanya lebih heterogenitas dalam semua segmentasi mulai dari remaja, dewasa dan anak-anak yang sesuai dengan kebutuhan informasi dan hiburan. Selanjutnya, penelitian ini fokus pada subjek komunikasi dakwah yaitu sejumlah *Tuan Guru* yang berdomisili di Kabupaten Lombok Timur.

Ketiga, Eko Sumadi menulis jurnal dengan judul, Dakwah dan Media Sosial Menebar Kebaikan Tanpa Kekerasan. Artikel ini menggunakan metode *library research* dalam membahas tentang konsep dakwah menurut Islam dan peran media sosial dalam berdakwah. Secara mendasar, hasil penelitian ini tentang metode dakwah dengan cara yang bijaksana bukan konfrontatif, diskriminatif dan provokatif, sehingga melalui media sosial sebagai sarana afektif dalam berdakwah.¹⁹

Adapun perbedaan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif bersifat penelitian lapangan (*field research*) dengan analisis fenomenologi dalam mengidentifikasi fenomena *Tuan Guru* pemanfaatan media sosial sebagai media aktivitas komunikasi dakwah. Media sosial dalam penelitian ini fokus pada facebook, instagram dan youtube.

Keempat, penelitian yang ditulis oleh Efa Rubawati tentang “Dakwah di Era Media Baru”. Analisis yang menarik dalam penelitian ini, menjelaskan tentang kehadiran internet sebagai karakteristik

¹⁹ Eko Sumadi, *Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Kekerasan*, (Jurnal Stain Kudus vol 4, no. 1, edisi Juli 2016), 173.

interaktivitas dan konektivitas menjadikan sebuah paradigma baru dalam berdakwah. *Da'I* tidak lagi menjadi faktor utama dari penerimaan pesan-pesan dakwah secara maksimal oleh *mad'u* (objek dakwah) karena dalam masyarakat jejaring, *mad'u* tidak hanya menerima pesan-pesan dakwah secara pasif, mereka justru aktif mengolah dan memaknai pesan yang mereka terima serta membagikan kembali dalam media sosial yang dimilikinya.²⁰

Selanjutnya, penelitian di atas hanya membidik fungsi media sosial dalam relasi *da'I* dan *mad'u* terhadap aktivitas dakwah secara kolektif. Namun dalam penelitian ini lebih memfokuskan secara fenomenologis terhadap eksistensi *Tuan Guru* dalam merespons dan memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi dakwah baru mulai dari paradigma ideologis, sosiologis dan teknologis. Media sosial yang dimaksud dalam penelitian ini lebih spesifik dalam menyebutkan *Tuan Guru* sebagai pengguna media sosial melalui akun *facebook*, *instagram* dan *youtube*.

Sebab itu, ketertarikan penulis terhadap semua penelitian di atas ialah tema-tema tentang pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah baru dan bagaimana relasi *da'I* (komunikator) dan *mad'u* (komunikan) dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana efektif dalam melakukan aktivitas komunikasi dakwah. Sedangkan, dalam penelitian ini bahwa penulis menyoroti subjek komunikasi dakwah yaitu *Tuan Guru* secara fenomenologis dalam merespons era teknologi informasi yang disebut media sosial terhadap pemanfaatannya dalam melakukan aktivitas komunikasi dakwah. Singkatnya, relasi *Tuan Guru* dan media sosial dalam pemanfaatan aktivitas komunikasi dakwah. Hal ini merupakan *novelty* dan originalitas dari penelitian ini sehingga menjadi aktual dan faktual.

²⁰ Efa Rubawati, *Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*, (Jurnal Studi Komunikasi, vol. 2, 126-142, 2018), 1.

E. Metode Penelitian

Untuk memperoleh data yang obyektif dalam penelitian, maka dibutuhkan adanya metode dalam melakukan penelitian. Metode penelitian adalah langkah-langkah yang harus dilakukan dalam sebuah penelitian. Agar pengkajian dapat dilakukan secara efektif dan efisien, antara lain susunannya sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu data-data tertulis atau lisan dan perilaku yang diamati dari orang yang menjadi objek penelitian.²¹

Hal ini disebabkan, penelitian lapangan akan menjelaskan kejadian yang berlangsung secara nyata maupun fakta dengan mengumpulkan data dan informasi dari kehidupan nyata yang berkaitan.²² Kehidupan nyata ini, penulis maksudkan untuk menggambarkan secara nyata dan obyektif tentang fenomena *Tuan Guru* di era media sosial dalam pemanfaatannya terhadap aktivitas komunikasi *Tuan Guru* di Lombok Timur.

Pemilihan *Tuan Guru* sebagai objek penelitian, meminjam istilah Jamaludin dalam bukunya “Persepsi dan Sikap Masyarakat Sasak Terhadap *Tuan Guru*” mengemukakan bahwa:

“Tuan guru adalah gelar kehormatan yang diberikan oleh masyarakat Sasak kepada seseorang karena memenuhi kriteria-kriteria tertentu Ketika menyebut tuan guru yang terkenal, maka yang terbayang adalah hal-hal yang berkaitan dengan karomah, karismatik, dan peristiwa-peristiwa mistik yang mengakar di masyarakat Sasak. Tuan guru adalah seorang yang pernah haji, pemimpin agama, pengajar di

²¹ Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996), 3.

²² Fatah Santoso dkk, *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi*, (Surakarta: FAI-UMS, 2013), 7.

pesantren pada umumnya, mempunyai banyak pengikut (jamaah pengajian, santri), serta memiliki Karisma di tengah-tengah masyarakat. Komunikasi yang terjalin antara tuan guru dan pengikutnya adalah komunikasi paternalistik yang berdasarkan kepatuhan. Kepemimpinan dengan komunikasi paternalistik adalah tipe komunikasi ayah dengan anak, atau ke-bapak-an. Adapun sifat-sifatnya adalah sebagai berikut: *Pertama*, Ia beranggapan bahwa bawahannya adalah manusia yang belum dewasa. *Kedua*, Bersikap terlalu melindungi. *Ketiga*, Jarang memberikan kesempatan kepada bawahannya untuk mengambil keputusan sendiri. *Keempat*, Tidak memberikan kesempatan kepada bawahannya untuk berinisiatif. *Kelima*, tidak memberikan kesempatan pada bawahannya untuk mengembangkan fantasi dan daya kreatifitas. *Keenam*, selalu bersikap maha tahu dan maha besar”²³

Berdasarkan uraian tersebut, penulis memfokuskan objek penelitian ini penulis memungkinkan mengkaitkan *Tuan Guru* di era media sosial sebagai media komunikasi dakwah dalam memunculkan fenomena baru dan gejala yang variatif, sehingga akan menemukan karakter sasaran yang multidimensi. Sasaran multidimensi *Tuan Guru* dalam media sosial lebih tepat diteliti dengan metode kualitatif.²⁴ Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan pengalaman-pengalaman manusia secara kritis.

Peneliti berupaya menggambarkan upaya fenomena *Tuan Guru* di era media sosial menurut pandangan mereka sendiri, maka tradisi yang digunakan pada penelitian ini adalah tradisi Fenomenologi. Tradisi fenomenologi menurut Creswell adalah “*whereas a biography reports the life of a single individual, a*

²³ Jamaludin, *Persepsi dan Sikap Masyarakat Sasak Terhadap Tuan Guru*, (Yogyakarta: CRCS-Sekolah Pascasarjana UGM-Depag RI, 2007), 7.

²⁴ Agus Salim, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2006), 264.

phenomenological study describes the meaning of the lived experiences for several individuals about a concept or the phenomenon".²⁵ Studi dengan pendekatan fenomenologi dengan demikian, berupaya menjelaskan makna pengalaman *Tuan Guru* terhadap hadirnya media sosial sebagai ruang publik baru di era media dalam suatu konsep atau gejala.²⁶

Moleong menjelaskan bahwa fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti oleh mereka. Inkuri fenomenologis dimulai dengan diam. Diam merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang sedang diteliti. Mereka berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu, peneliti telah mengurai dengan detail dan mendalam pengalaman *Tuan Guru* dalam bermedia sosial dan komunikasi dakwahnya dengan intensif.

2. Sumber Data

Menurut Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.²⁷ Berkaitan dengan hal itu pada penelitian ini dalam mengidentifikasi *Tuan Guru* di era media sosial sebagai media komunikasi dakwah baru di Lombok Timur dibagi ke dalam beberapa klasifikasi data antara lain:

²⁵ Creswell, Jhon W, *Qualitative Inquiry and Research De-Sign: Choosing Among Five Traditions*, (New York: Thousand Oaks Sage, 1998), 51.

²⁶ Creswell, Jhon W, *Qualitative Inquiry and Research De-Sign: Choosing Among Five Traditions*.1998 Thousand Oaks Sage. 51

²⁷ Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996), 157.

a. Data primer

Berdasarkan argumentasi Lofland bahwa data utama dapat di dapatkan dari hasil pengamatan dan wawancara, Bentuk-bentuk data kualitatif yang baru terus bermunculan dalam literatur. Lihat Creswell semua bentuk tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat tipe informasi dasar yaitu pengamatan, mulai dari partisipan sampai non partisipan, wawancara dari yang tertutup sampai yang terbuka, dokumen dari yang bersifat pribadi hingga yang bersifat publik dan bahan audiovisual mencakup foto, CD dan VCD.²⁸

Maka dalam penelitian ini, data primer didapatkan dari hasil observasi dan wawancara terhadap 10 *Tuan Guru* (non user) dalam merespons pemanfaatan media sosial sebagai medium komunikasi dakwah baru dan 2 *Tuan Guru* (user) yang memanfaatkan media sosial dalam aktivitas komunikasi dakwah berupa video dan tulisan quote-quote pendek yang terposting di media sosial mencakup dokumen publik. Menurut Krueger dan Casey, membahas penggunaan data internet termasuk ruang obrolan (*chat room*) dan papan buletin. Mereka membahas bagaimana mengelola data internet dan bagaimana mengembangkan pertanyaan-pertanyaan untuk data tersebut.²⁹

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung dari hasil dokumentasi melalui buku, hasil penelitian, tesis, disertasi dan lain-lain. Karena itu, data sekunder dalam penelitian ini dapat ditemukan dari hasil dokumentasi terhadap aktivitas komunikasi

²⁸ Creswell, Jhon W, *Qualitative Inquiry and Research De-Sign: Choosing Among Five Traditions*, (New York: Thousand Oaks Sage, 1998), 220-221.

²⁹ *Ibid*, 221.

dakwah *Tuan Guru* di media sosial baik melalui akun pribadi berupa video, tulisan quote-quote pendek dan foto.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang valid pada penelitian kualitatif maka dibutuhkan metode yang tepat antara lain:

a. Dokumentasi

Guba dan Lincoln membagi bentuk-bentuk dokumen yaitu pertama, record adalah setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian atau peristiwa dan menyajikan akunting. Kedua, dokumen adalah setiap bahan tertulis ataupun film-film lain dari record yang tidak disiapkan karena adanya permintaan penyidik.³⁰

Dengan demikian, dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data dengan menggunakan penyelidikan terhadap dokumen yang berbetuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.³¹ Wujud dokumentasi dari hasil obsevasi partisipatoris yang penulis telaah adalah video, tulisan dan foto-foto yang terposting dalam teras akun pribadi media sosial *Tuan Guru* seperti facabook, instagram dan youtube yang berkonten komunikasi dakwah.

b. Wawancara

Lincoln dan Guba menyebut dalam Moleong” wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu yang dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Lanjutnya ditegaskan bahwa wawancara difungsikan untuk mengkosntruksi

³⁰ Lexi. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 216-217.

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitaif dan Kualitatif R%D*, (Bandung: Alfabeta, 2011)

mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan dan kepedulian dan lain-lain.³² Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan maknanya dalam topik.³³

Wawancara ini dilakukan secara mendalam dengan teknik terstruktur yakni penulis telah menyiapkan instrument pertanyaan-pertanyaan tertulis. Begitu juga, dengan wawancara mendalam dengan teknik terstruktur akan dipandu melalui pedoman yang dibuat peneliti terkait tema penelitian, alat bantu tersebut seperti alat recorder dan foto untuk mendukung hasil wawancara.

Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan data berupa opini dan informasi dari sumber yang diwawancarai tentang fenomena *Tuan Guru* dalam pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi dakwah di Lombok Timur. Adapun subyek utama untuk diwawancara ditujukan terhadap *Tuan Guru* sebanyak 12 orang sebagai informan yang diklasifikasikan dengan dalam kategori 2 *Tuan Guru* (user) pengguna aktif berkomunikasi dakwah di media seperti TGB. Zainul Majdi dan TGH. Muzayyin, sedangkan 10 sisanya dikalangan *Tuan Guru* baik sebagai pengguna pasif (non user) di Lombok Timur untuk mengetahui respons terhadap media sosial sebagai medium komunikasi dakwah baru.

c. Observasi

Observasi dilakukan guna mendapatkan data yang mendalam terhadap fenomena pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi dakwah *Tuan Guru* di Lombok Timur

³² *Ibid* , 186

³³ *Ibid* . 231

tersebut. Teknik observasi ini memungkinkan penulis melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi kenyataan sebenarnya. Pengamatan juga dilakukan untuk mengecek kepercayaan data yang didapati dari hasil wawancara dan dokumentasi.³⁴

Dalam melakukan observasi, peneliti terlihat secara langsung dalam fenomena komunikasi dakwah Tuan Guru di Lombok Timur baik yang mereka yang memanfaatkan media sosial secara langsung atau dengan adanya pengelolaan dari instansi atau lembaga terkait. Tujuannya, untuk mendapatkan kejadian yang sebenarnya dalam proses komunikasi dakwah selama kurang lebih dalam dua bulan penelitian.

Berdasarkan penelitian ini, penulis melakukan observasi partisipasi dengan mengamati aktivitas bermedia sosial secara personal dan komunikasi dakwah *Tuan Guru* dengan memperhatikan komunikasi dakwah Tuan Guru di akun pribadi media sosial mereka. Adapun akun pribadi media sosial *Tuan Guru* seperti facebook, instagram dan youtube sehingga peneliti dapat menguraikan data dengan sistematis dan logis.

4. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dengan in-depth interview dapat dianalisis dengan analisis data *Interpretative Phenomenological Analysis* sebagaimana ditulis oleh Smith mengatakan, tahap-tahap *Interpretative Phenomenological Analysis* yang dilaksanakan sebagai berikut: 1) *Reading and re-reading*; 2) *Initial noting*; 3) *Developing Emergent themes*; 4) *Searching for connections across emergent themes*; 5) *Moving the next cases*; and 6) *Looking for*

³⁴ Lexi. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2014, 174-175

*patterns across cases*³⁵. Masing-masing tahap analisis diuraikan sebagai berikut:

a. Membaca dan Membaca Ulang (*Reading and Re-reading*)

Dengan membaca dan membaca kembali peneliti menenggelamkan diri dalam data yang original. Bentuk kegiatan tahap ini adalah menuliskan transkrip interview dari rekaman audio ke dalam transkrip dalam bentuk tulisan. Rekaman audio yang digunakan oleh peneliti dipandang lebih membantu pendengaran peneliti dari pada transkrip dalam bentuk tulisan.

Imaginasi kata-kata dari partisipan ketika dibaca dan dibaca kembali oleh peneliti dari transkrip akan membantu analisis yang lebih komplit. Dengan membaca dan membaca kembali juga memudahkan penilaian mengenai bagaimana hubungan dan kepercayaan yang dibangun antar interviu dan kemudian memunculkan letak-letak dari bagian-bagian yang kaya dan lebih detail atau sebenarnya kontradiksi dan paradox.

b. Mencatat Awal (*Initial Noting*)

Analisis tahap awal ini sangat mendetail dan mungkin menghabiskan waktu. Tahap ini menguji isi/konten dari kata, kalimat dan bahasa yang digunakan partisipan dalam level eksploratori. Analisis ini menjaga kelangsungan pemikiran yang terbuka (*open mind*) dan mencatat segala sesuatu yang menarik dalam transkrip. Proses ini menumbuhkan dan membuat sikap yang lebih familier terhadap transkrip data. Selain itu tahap ini juga memulai mengidentifikasi secara spesifik cara-cara partisipan mengatakan tentang sesuatu, memahami dan memikirkan mengenai isu-isu. Data yang asli/original dari

³⁵ Smith. A Jonathan, Flowers Paul and Larkin Michael, *Interpretative Phenomenological Analysis Theory, Method and Research*, (California: Thetaand Osaka by Sage, 2009), 79-107.

transkrip diberikan komentar-komentar dengan menggunakan ilustrasi komentar eksploratori. Komentar eksploratori dilaksanakan untuk memperoleh intisari.

Komentar eksploratori meliputi komentar deskriptif (*descriptive comment*), komentar bahasa (*linguistic comment*) dan komentar konseptual (*conceptual comment*) yang dilakukan secara simultan. Komentar deskriptif difokuskan pada penggambaran isi/content dari apa yang dikatakan oleh participant dan subjek dari perkataan dalam transkrip. Komentar bahasa difokuskan pada catatan eksploratori yang memperhatikan pada penggunaan bahasa yang spesifik oleh participant. Peneliti fokus pada isi dan makna dari bahasa yang disampaikan. Komentar konseptual ini lebih interpretative difokuskan pada level yang konseptual. Koding yang konseptual ini menggunakan bentuk bentuk yang interogatif (mempertanyakan).

c. Mengembangkan Kemunculan Tema (*developing emergent themes*)

Meskipun transkrip interviu merupakan tempat pusat data, akan tetapi data itu akan menjadi lebih jelas dengan diberikannya komentar eksploratori (*exploratory commenting*) secara komphrehensif.

Dengan komentar eksploratori tersebut maka pada seperangkat data muncul atau tumbuh secara substansial. Untuk memunculkan tema-tema peneliti memenej perubahan data dengan menganalisis secara simultan, berusaha mengurangi volume yang detail dari data yang berupa transkrip dan catatan awal yang masih ruwet (*complexity*) untuk di mapping kesalinghubungannya (*interrelationship*), hubungan (*connection*)

dan pola-pola antar catatan eksploratori. Pada tahap ini analisis terutama pada catatan awal lebih dari sekedar transkrip.

Komentar eksploratori yang dilakukan secara komprehensif sangat mendekatkan pada simpulan dari transkrip yang asli. Analisis komentar-komentar eksploratori untuk mengidentifikasi munculnya tema-tema termasuk untuk memfokuskan sehingga sebagian besar transkrip menjadi jelas. Proses mengidentifikasi munculnya tema-tema termasuk kemungkinan peneliti mengobrak-abrik kembali alur narasi dari wawancara jika peneliti pada narasi awal tidak merasa *comfortable*. Untuk itu peneliti melakukan reorganisasi data pengalaman partisipan. Proses ini merepresentasikan lingkaran hermeneutik.

d. *Searching for connection a cross emergent themes*

Partisipan penelitian memegang peran penting semenjak mengumpulkan data dan membuat komentar eksploratori. Atau dengan kata lain pengumpulan data dan pembuatan komentar eksploratori dilakukan dengan berorientasi pada partisipan. Mencari hubungan antar tema-tema yang muncul dilakukan setelah peneliti menetapkan seperangkat tema-tema dalam transkrip dan tema-tema telah diurutkan secara kronologis.

Hubungan antar tema-tema ini dikembangkan dalam bentuk grafik atau mapping/pemetaan dan memikirkan tema-tema yang bersesuaian satu sama lain. Level analisis ini tidak ada ketentuan resmi yang berlaku. Peneliti didorong untuk mengeksplorasi dan mengenalkan sesuatu yang baru dari hasil penelitiannya dalam term pengorganisasian analisis. Tidak semua tema yang muncul harus digabungkan dalam tahap analisis ini, beberapa tema mungkin akan dibuang. Analisis ini tergantung

pada keseluruhan dari pertanyaan penelitian dan ruang lingkup penelitian

e. *Moving the next cases*

Tahap analisis 1- 4 dilakukan pada setiap satu kasus/partisipan. Jika satu kasus selesai dan dituliskan hasil analisisnya maka tahap selanjutnya berpindah pada kasus atau partisipan berikutnya hingga selesai semua kasus. Langkah ini dilakukan pada semua transkrip partisipan, dengan cara mengulang proses yang sama.

f. *Looking for patterns across cases*

Tahap akhir merupakan tahap keenam dalam analisis ini adalah mencari pola-pola yang muncul antar kasus/partisipan. Apakah hubungan yang terjadi antar kasus, dan bagaimana tema-tema yang ditemukan dalam kasus-kasus yang lain memandu peneliti melakukan penggambaran dan pelabelan kembali pada tema-tema. Pada tahap ini dibuat *master table* dari tema-tema untuk satu kasus atau kelompok kasus dalam sebuah institusi/organisasi.

Berdasarkan uraian diatas, dalam mereduksi data selanjutnya penulis akan fokuskan kepada hasil dokumentasi, wawancara dan observasi terhadap tuan guru di Lombok Timur sebagai objek fokus yang kemudian dipilah berdasarkan tema penelitian penulis. Dan terakhir melakukan verifikasi dengan tujuan untuk mengidentifikasi keabsahan data secara fenomenologis.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam tesis yang berjudul” Tuan Guru di Era Media Sosial (studi fenomenologis terhadap pemanfaatan komunikasi dakwah tuan guru di Lombok Timur)”. Keseluruhan tesis

ini terdiri dari lima bab terbagi atas beberapa sub-bab yang tergabung dalam satu kesatuan yang utuh dengan rincian sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan, merupakan bab yang dijadikan acuan dalam penelitian. Bab ini berisi penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II : Dalam bab ini, dipaparkan mengenai landasan teori dalam mendukung dan menguatkan analisis data yang terkait dengan penelitian tersebut.

Bab III : Dalam bab ini, pembahasan mengenai genealogi *Tuan Guru* meliputi pengertian *Tuan Guru*, struktur dan fungsi *Tuan Guru*, sejarah gerakan dakwah *Tuan Guru* dan respon serta relasi *Tuan Guru* dengan media sosial.

Bab IV : Dalam bab ini, pembahasan terhadap temuan data berkaitan aktivitas komunikasi dakwah *Tuan Guru* di media sosial yaitu: *Pertama*, pemanfaatan media sosial dalam aktivitas komunikasi dakwah terkait historiografi penggunaan dan metodenya. *Kedua*, perkembangan dan hambatan komunikasi dakwah *Tuan Guru* di media sosial secara sistematis dan detail.

Bab V : Merupakan penutup. Bab ini mencakup kesimpulan penelitian dan jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian ini. Peneliti dalam bab ini berusaha menarik benang merah atas permasalahan yang menjadi pokok bahasan penelitian. Selanjutnya saran-saran juga akan ditampilkan, guna memberi masukan bagi seluruh pihak terkait dan yang memiliki relevansi dengan tesis ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah dapat disusun secara sistematis sebagai berikut :

1. Respons *Tuan Guru* (non user) terhadap pemanfaatan media sosial dalam medium komunikasi dakwah baru yaitu: *Pertama*, *Tuan Guru* (non user) lebih menilai bahwa tokoh agama yang sebagai pengguna media sosial akan terjadi dekarismatisasi. *Kedua*, *Tuan Guru* (non user) dalam ideologi keagamaannya memutuskan untuk beruzlah (kontemplasi) dari pada berbaur di ruang publik media sosial, karena sisi negatif dari media sosial adalah metadialogis yang bebas saling menghujat. *Ketiga*, *Tuan Guru* (non user) lebih fokus secara otentik untuk konsisten berkomunikasi dakwah konvensional karena faktor internal meliputi ideologi dan transaksi moralitas.
2. Aktivitas komunikasi dakwah *Tuan Guru* yang proaktif menggunakan akun media sosial sebagai medium komunikasi dakwah baru meliputi sebagai berikut: *Pertama*, *Tuan Guru* Muzayyin dan TGB Zainul Majdi menggunakan tiga akun media sosial secara personal seperti facebook, instagram dan youtube. *Kedua*, metode komunikasi dakwah *Tuan Guru* di media sosial dengan cara ceramah live streaming (siaran langsung), video editorial dan tulisan quote-quote pendek. *Ketiga*, materi komunikasi dakwah *Tuan Guru* di media sosial meliputi kajian tauhid, fiqih, dan akhlak yang dikontekstualisasikan dengan isu-isu kontemporer.
3. Perkembangan dalam pemanfaatan pengguna media sosial, bahwa dapat diketahui dari sejauh mana potensi dan motivasi pengguna dalam memproduksi diskursus komunikasi dakwah yang relevan dan efektif. Perkembangan komunikasi dakwah *Tuan Guru* hanya dapat

diidentifikasi dengan dua kategori yakni. *Pertama*, Intensitas memproduksi konten-konten komunikasi dakwah *Tuan Guru* di media sosial. *Kedua*, perkembangan konten-konten komunikasi dakwah *Tuan Guru* yang sesuai dengan isu-isu populer dan kontemporer di ruang publik media sosial. Sedangkan hambatan-hambatan yang dialami secara fenomenologis oleh *Tuan Guru* di era media sosial meliputi yakni. *Pertama*, pemahaman dan pengalaman terhadap literasi teknologi informasi yang maju pesat menyebabkan pemanfaatan media sosial sebagai fasilitas medium komunikasi dakwah menjadi tidak optimal dan maksimal. *Kedua*, penguasaan bahasa populer. Sesungguhnya, para *Tuan Guru* lebih menggunakan bahasa lokal dan bahasa terjemah dalam kitab kuning sehingga audiens terutama milenial sulit untuk memahami bahasa yang digunakan oleh para *Tuan Guru*. *Ketiga*, keluangan waktu untuk memanfaatkan media sosial. *Keempat*, budaya media terlalu bebas sehingga ruang etika tidak terbangun dengan baik.

B. Saran-Saran

Berangkat dari penelitian ini, ada beberapa hal yang direkomendasikan penulis dalam upaya mengembangkan aktivitas komunikasi dakwah *Tuan Guru* di era teknologi informasi baik berbasis internet (*online*) dalam ruang virtualitas dan tidak berbasis internet (*offline*) sebagai berikut:

Pertama, *Tuan Guru* sebagai subjek komunikasi dakwah untuk selalu mengembangkan aktivitas penyebaran Islam yang konkrit sesuai dengan kebutuhan zaman. Terutama, *Tuan Guru* mampu memanfaatkan media sosial dengan proaktif agar supaya kebutuhan dan problematika keagamaan masyarakat Lombok khususnya dan warga Indonesia secara umum untuk dapat diidentifikasi solusi alternatif dalam menjawab persoalan publik yang efektif dan relevan.

Kedua, fokus dalam mengembangkan konten-konten komunikasi dakwah yang menarik perhatian publik harus didukung oleh team kerja yang professional dalam pengembangan literasi media, sehingga desain pesan komunikasi dakwah dapat dipahami terhadap khalayak aktif media sosial dan mudah diakses dengan solutif.

Ketiga, secara khusus terhadap peniliti ilmu sosial dalam bidang komunikasi penyiaran Islam untuk selalu mengembangkan *insting* penelitian dalam mempregmentasi fenomena baru terhadap meluaskan khazanah penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Akkas, M. Amin, *Haji Sosial: Makna Simbol Haji dalam Masyarakat*, Jakarta: Mediacita, 2007.
- Al-Bantani, Muhammd Nawawi, *Tafsir Al-Munir li Mu'alim Al-Tanzil, Juz1* Indonesia: Maktabah Dar Ihya Al-Kutub Al-Arabiyyah, 1987.
- Al-Bayanuni, *Al-Madkhal Ila Ilm' Al- Da'wah*, Beirut: Muassasah al-Risalah, 1993
- Al- Madkhal Ila Ilm Al-Da'wah*, Beirut: Muassasah al-Risalah, 1991.
- Alex, Sobur, *Filsafat Komunikasi Tradisi dan Metode Fenomenologi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Al-Ghazali, Abu Hamid Muhammad bin Muhammad, *Ihya Ulum Al-Din*, Semarang, 2006.
- Al-Razi, Fakhr al-Din, *Al-Tafsir Al-Kabir*, Beirut: Dar al-Kutub al-Arabiyyah, 1990.
- Aristotle, *Nichomacean Ethics*, terj. Roger Crips, New York: Cambridge University Press, 2004.
- Rhetoric*, ed. Jhonatan Barnes, Princeron: Princeron University Press, 1991.
- Asep, Ishak, Hendri Tanjung, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Trisakti. 2002.
- Asnawi, *Agama dan Paradigma Sosial: Menyingkap Pemahaman Masyarakat Sasak Tentang Taqdir Allah dan Kematian Bayi*, Jakarta: Sentra Media, 2006.
- Astrid, P. Susanto, *Pengantar sosiologi dan perubahan sosial*, Jakarta: Bina Cipta, 1985.
- Aziz Ali, *Edisi Revisi Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.

- Azmi, Khaerul, *Filsafat Ilmu Komunikasi*, Tangerang: Indigo Media, 2014.
- Bachtiar, Wardi, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta: Logos, 1997.
- Begley, Katlheen A., *Komunikasi Tatap Muka: Menciptakan Hubungan Manusia di Dunia Yang Dikendalikan Teknologi*, terj. Ati Cahayati Jakarta: Indeks, 2010.
- Berger, Charles R., Michael E. Roloff dan David R. Roskos-Ewoldsen, *Handbook Ilmu Komunikasi*, terj. Derta Sri Widowatie, (Bandung: Nusa Media, 2014.
- Blair, Hugh, *Lecturer on Rhetoric and Belles Lettres*, London: Leicester Square, 1839.
- Budiwanti, *Islam Sasak*
- Burton. G, *Media and Society, Critical Perspective*, (New York, 2005: Open University Press), C. Guillot, *Kiai Sadrach: Riwayat Kristenisasi di Jawa* . Jakarta: Temprint, 1985.
- Clegg, Kendra, *The Politics of Redefining Ethnic Identity in Indonedia, Smhoothering The Fires in Lombok With Democracy*, Dalam Nicholas Taling and Edmun Terence Gomez (Eds), *The State, Devlopment And Identity In Multy-Etnhic Societies: Ethnicity, Equity And The Nation*, New York: Routledge, 2008.
- Creswell, Jhon W, *Qualitative Inquiry and Research De-Sign: Choosing Among Five Traditions*, New York: Thousand Oaks Sage, 1998.
- Dance, Frank E.X, *The Concept of Communication*, (*Jurnal Of Communication* dalam Litthel Jhon.
- Davis, Fred D., *Perceived Usefullness, Perceived Ease Of Use And User Acceptance Of Information Technology*, mis quartely, vol. 13, no. 3, 319-340, 2000.

- Devito, Jeph A., *Human Communication: the Basic Course*, New York: Harper Collins Publisher, Fifth Edition, 1991.
- Dirdjosanjoto, Pradjarta, *Memelihara Umat Kiai Pesantren-Kiai Langgar di Jawa*, Yogyakarta: LkiS, 1999.
- E Katz. Dkk, *Utilization Of Mass Communication By The Individual* dalam Richard West dan Lynn H. Turner, *Intoducing Communication Theory*, New York: McGraw Hill, 2007.
- Eksan, Moch., *Kiai Kelana: Biografi Kiai Muchith Muzadi*, Yogyakarta: LKiS. 2000.
- Everett M. Rogers dan James W. Dearing, *agenda Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going?* Dalam *Communication Yearbook*, New York: Sage, 1988.
- Faidhullah Muhammad, *fathu Al-Rahman*, Indonesia: Maktabah Dahlan
- Fakhrurroji, Moch., *Dakwah Di Era Media Baru: Teori Dan Aktivisme Dakwah di Internet*, Bandung: Sambiosa Rekatama Media, 2017.
- Fidler, Roger, *Mediamorphosis: Memahami Media Baru*, terj. Hartono Hadikusumo, Yogyakarta: Bentang Budaya, 2003.
- Geertz, Clifford, *Islam observed: Religius development in Marocco and Indonesia*, Chicago: The University of Chicago Press, 1968.
- Giddens, Anthony, *Problematika Utama dalam Teori Sosial. Aksi, Struktur, dan Kontradiksi dalam Analisis Sosial*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Guntur Cahyono dan nibros Hassani, *Youtube: Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran*, Al-Hikmah: Jurnal Dakwah. Volume 13, no. 1, 2019.
- Habermas, Jurgen, *Public Sphere*, Jakarta: Rosda Karya, 2013.
- Hariyani, *Pola Konsumsi Berita Online: Generasi Digital Native dan Digital Immigrant di Indonesia*. Prosiding The 4th Indonesia Media Research Awards & Summit (IMRAS) 2017.

- Helmy, Masdar, *Dakwah dalam Alam Pembangunan*, Semarang: CV Toha Putra, 1973.
- Hiroko Horikoshi, *Kyai dan Perubahan Sosial*, Jakarta: P3M, 1987.
- Ibnu katsir, tafsir al-qur'an al-azhim, Beirut: Dar-Al-Fikr, 1997.
- Ibnu Mandzur, *Lisan Al-Arab*
- Ikhwan, Munirul, *An Indonesian Initatative to Make The Qur'an Down-to-Earth*, (Berlin: Muhammad Quraish Shihab and His School of Exegesis, 2015), 120-122.
- Ilahi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Islami, Syifa Hayati, *Pemikiran dan Aktivitas Dakwah Ustadz Abdul Somad Melalui Media Sosial Youtube*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018.
- Ismail, Faisal, *Paradigma Pendidikan Islam: Studi Kritis dan Refleksi Historis*, Yogyakarta: Titian Ilahi Press, 1998.
- Jamaluddin, *Sejarah Islam Lombok Abad XVI –Abad XX*, Yogyakarta: Ruas Media, 2019.
- Jamaluddin, *Persepsi dan Sikap Masyarakat Sasak Terhadap Tuan Guru*, Yogyakarta: CRCS-Sekolah Pascasarjana UGM-Depag RI, 2007.
- Sejarah Islam Lombok Abad XVI-Abad XX*, Yogyakarta, Group Cv Genta Fisa Utama, 2019.
- Jonathan, Smith. A, Flowers Paul and Larkin Michael, *Interpretative Phenomenological Analysis Theory, Method and Research*, California: Thaosand Osaka by Sage, 2009.
- Kartodirjo, Sartono, *The Peasants' Revolt of Banten in 1888*, The Hague: Martinus Nijhoff, 1968.
- Koentjaraningrat, *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000.

- Kuntowijoyo, *Paradigma Islam: Interpretasi Untuk Aksi*, Bandung: Mizan, 1998.
- Kusrianto, Adi, *Penagantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Andi, 2009.
- L. Book, Cassandra (Ed.), *Human Communication: Principles, Contexts, and Skills*, New York: St. Martin's Press, 1998.
- Levy, Pierre, *Cyberculture*, Paris: Edition Odile Jacob, 1997.
- Liddel and Scott, *Greek-English Lexicon*, 1996.
- Liliweri, Alo, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Lippman, Walter, *Public Opinion*, New York: MacMillan, 1921.
- Litteljhon, Stephen W., *Theories of Human Communication*, New Mexico: Wadsworth Publishing Company Albuquerque, 1999.
- Littlejohn, Stepen W dan Foss, Karner A, *Theories of Human Communication*, Eight Edition, Thomson Wadsworth, 2005.
- Mahfudh, Sahal, *Nuansa Fiqih Sosial*, Yogyakarta: LKiS bekerjasama dengan Pustaka Pelajar, 1994.
- Mahmud bin Amr Al-Zamakhshari (w. 538 H), *Al-Kashshaf An Haqaq Ghawamid Al Tanzil*, Maktabah Al-Syamilah, dalam CD Digital.
- Mansyur, Mustafa, *Fiqh Dakwah, Al-I'tishom*, Jakarta: Cahaya Umat, 2001.
- Mastuhu, *Gaya dan Suksesi Kepemimpinan Pesantren*, dalam jurnal Ulumul Qur'an No. 7 Vol. II. Jakarta: Aksara Buana, 1990.
- McQuail, Denis dkk, *The Television Audience: A Revised Perspective*, New York: Penguin Books, 1972.
- McQuail, Denis, *Mass Communication Theory*, New York: Sage Publications, 2000.
- McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa*. Terj. Putri Iva Izzati vol 1. Ed.ke-6, Jakarta: Salemba Humanika, 2011.

- McQuail,D, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003.
- Miall and Woodhouse, *Resolusi Damai Konflik Kontemporer: Menyelesaikan, Mencegah, Mengelola, dan Mengubah Konflik Bersumber Politik, Sosial, Agama, dan Ras* . Terj. Tri Budi Satrio, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Mira Fauziyah, *Urgensi Media dalam Dakwah*, Yogyakarta: Aka Group, 2006.
- Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996.
- Morissan, *Teori Komunikasi Hingga Individu*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Munawwir, Warson, *Kamus Al- Munawwir*, Surabaya: Pustaka progresif, 1994.
- Munir, M., *Metode Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Munir, Samsul, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah, 2013.
- Munir, Wahyu, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Munsiy, Abdul Kadir, *Wawasan Islam Pokok-Pokok Pikiran Tentang Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 1990.
- Muriah, Siti, *Metode Dakwah Kotemporer*, Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000.
- Nakamura, Mitsuo, ,*Tradisionalisme Radikal Catatan Mukhtar Semarang 1979'* dalam Greg Feadly, Greg Barton (Ed). *Tradisionalisme Radikal Persinggungan Nahdlatul Ulama-Negara* Yogyakarta: LKiS, 1996.
- Nasir, M., *Fiqh Dakwah*, Semarang: Ramadhani, 1984.
- Nasrullah, Rully, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*, Bandung,: Simbiosis Rekatama Media. 2015.

- Natsir, M., *Fungsi Dakwah Perjuangan*, dalam Abdul munir Mulkhan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah*, Yogyakarta: Sipres, 1996.
- Noor, Deliar, *The Modernist Muslim Movement in Indonesia 1900-1942*, Jakarta:LP3ES, 1996.
- Noorhaidi dkk, *Literatur Keislaman Generasi Mileneal: Transmisi, Apropias dan Kontestasi*, Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018.
- Nurcholis Majid, *Islam Kemodernan dan Keindonesiaan*, Bandung: Mizan Publishing, 1998.
- Palmgreen, Philip, *Uses And Gratification: A Theoretical Perspective* dalam *Communication Yearbook* 8,ed. R.N, Bostrom: Sage, 1984.
- Partanto, Paus A., *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Arloka, 1994.
- Paston, Larry, *Islamic Da'wah in The West*, New York: Oxford University, 1992.
- Raharjo, M. Dawam, *Ensiklopedi al-Qur'an Tafsir Sosial Berdasarkan Konsep-Konsep Kunci*, Jakarta: Paramadina, 1996.
- Rahkhmat, Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991.
- Rahman, Fazlur, *Major Themes Of The Qur'an*, Minneapolis: Chicago Bibliotheca, 1980.
- Rasyid, Ahmad, *Al-Munthalaq*, Beirut: al-Muassasah al-Risalah, 1993.
- Reves, Bayrcin dan Nass, Clifford, *The Media Aquation: How To People Treats Computers, Television And New Media Like Real People And Place*, New York: Cambridge University Press, 1996.
- Roland Robertson, *Agama Dalam Analisis Dan Innterpretasi Sosiologis*, Jakarta: Rajawali, 1988.
- Ross, Laurence, *Perspectives on the social order*, New York: Readings in Sociology McGraw Hill, 1963.

- Rubawati, Efa, *Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*, (Jurnal Studi Komunikasi, vol. 2, 126-142, 2018.
- Ryan, Richard M. dan Deci, Edward L., *Intrinsic and Ekstrinsic Motivations: Classic Defenitions and New Directions*, Educational Psychologi, vol.25. 54-67, 2000
- S. Finn, *Television Addiction? An Evolution of Our Competing Media Use Model*, New York: Journalism Quartely 69, 1992.
- Salim, Agus, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*, Yogyakarta: Tiara Wacana , 2006.
- Samsul Munir, *ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah, 2013.
- Sanjaya,Wina, *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Santoso, Fatah, dkk, *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi*, Surakarta: FAI-UMS, 2013.
- Sayfa, Achidsti Auliya, *Eksistensi Kiai dalam Masyarakat*, Yogyakarta, Jurnal Kebudayaan Islam, vol 12, no 2 Desember 2014.
- Sayuti, Imam dan Jabar, A. Abdul, *Tafsir Da'wah*, Surabaya: Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 1989.
- Schramm, Willbur, *Man, Message and Media*, New York: Harper and Row Publisher, 1973.
- Schramm, Willbur, *Big Media Little Media*, California: Sage Publication, 1997.
- Shaleh, Rosyad, *Menejmen Dakwah Islam*, Jakarta: PT Bulan Bintang, 1986.
- Shihab, Alwi, *Islam Inklusif: Menuju Sikap Terbuka dalam Beragama*, Bandung: Mizan, 1997.
- Shihab, Quraish, *Tafsir Al-Amanah dan Tafsir Al-Misbah*, Jakarta: Kartini, 2002.
- Siauww, Felix Y., *Art Of Dakwah*, Jakarta Barat: Alfath Press, 2017.

- Soemarsaid Moertono, *State and statecraft in old Java: Sebuah studi tentang Periode Mataram Terakhir Abad 16-19*, Ithaca: Cornell University, 1968.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Suhandang, Kustadi, *Starategi Dakwah: Penerapan Starategi Komunikasi dalam Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Sukanto, *Kepemimpinan Kyai dalam Pesantren*, Jakarta: LP3ES, 1999.
- Suseno, Frans M., *Kuasa dan Moral*, Jakarta Grameia Pustaka Utama, 2001.
- Suyoto, *Pesantren Dalam Alam Pendidikan Nasional* dalam M. Dawam Rahardjo (Ed). *Pesantren dan Pembaharuan*, Jakarta LP3ES, 1988.
- Syakur, Ahmad Abd., *Islam dan Kebudayaan: Akulturasi Nilai-nilai Islam dalam Budaya Sasak*, Yogyakarta: Adab Press, 2006.
- Syukir, Asmuni, *Dasar-Dasar Strtegi Dakwah Islam*, Surabaya, Al-Ikhlash, 1983.
- Tarrow, Sidney, *Power in Movement: Social Movements, Collective Action and Politics*, New York: Cambridge University Press, 1996.
- Tasmara, Toto, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Meia Pratama, 1997.
- Tinarbuko, Sumbo, *DEKAVE Desain Komunikasi Visual-Penanda Akhir Zaman Masyarakat Global*, Yogyakarta: Caps, 2015.
- Toynbee, Aj, *Civilization on Trial and The World and West*, Cleveland dan New York: the world Publishing Company, 1963.
- Usman, *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Usman, *Struktur Interaksi Kelompok Elit dalam Pembangunan: Penelitian di Tiga Kota Santri'*. Prisma No. 6 Tahun XX, Juni 1991, Jakarta: LP3ES, 1991.

- Vivian, Jhon, *Teori Komunikasi Massa*, terj. Tri wibowo B.S, Jakarta: Kencana, 2008.
- Wallace, A.R, *The Malay Archipelago. The Land Of The Orang Utan, and The Bird Of Paradise*, Singapura: Oxford University Press, 1986.
- Weber, Max, *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme*. Yogyakarta: Pustaka Prometheus, 2003.
- Whardana. Veven Sp, *Televisi dan Prasangka Budaya Massa*, Jakarta: PT Media Lintas Nusantara, 2001.
- Yafie, Ali, *Teologi Sosial: Telaah Kritis Persoalan Agama Dan Kemanusiaan*, Yogyakarta: LKPSM, 1997.
- Yakub, Ali Musthafa, *Sejarah Dan Metode Dakwah Nabi*, Jakarta: Pustaka Firdaus, 1997.
- Yasraf Amir Piliang, *Dunia Yang Berlari Mencari Tuhan-Tuhan Digital*, Jakarta: PT Grusindo, 2004.
- Yon Machmudi, *Islamising Indonesia: The Rise Of Jemaah Tarbiyah And The Prosperous Justice Party (PKS)*, Canberra: ANU E Press, 2008.
- Yukl, Gary, *Leadership in Organizations*, Englewood Cliffs: Prentice Hall International, INC, 1994.
- Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren: Studi Tentang Pandangan Hidup Kyai*, Jakarta: LP3ES, 1990.
- Zarkasyi, A. Fathullah, *Pondok Pesantren Sebagai Lembaga Pendidikan dan Dakwah* dalam Adi Sasono, et.al. (Ed). *Solusi Islam atas Problematika Umat* , Jakarta: Gema Insani Press, 1998.
- Ziemek, Manfred, *Pesantren dalam perubahan sosial*, Jakarta: P3M, 1986.

Karya Ilmiah

- Ahmad Abd Sakur, *Islam dan Kebudayaan Sasak*, Yogyakarta, Program Pascasarjana IAIN Sunan Kalijaga, 2002, Disertasi

- Andayani, Ulfa, *Dampak Arus Informasi Bagi Masyarakat di Negara Berkembang*, Almaktabah, Vol. 3, No.2, Oktober 2011.
- Arsam, Arfiyandi, *Pembangunan Aplikasi Video Streaming Berbasis Android di STV Bandung*, Jurnal Ilmiah komputer dan informatika, vol. 20, 2089-9033, 2005.
- Efi A. Nasiforou dan Andrew Laghos, *Examining The Effect of Garden Identity on The Use Of Social Media Tecnology Higher Education Approach*, (Journal of Art and Humanity, vol. 04, no. 04: 16-32, 2015.
- Faisol, Lalu Shohimun dan M Sa'I, *Kontribusi Tarekat Qadariyah Wa Naqsabandiyah dalam Dakwah Islamiyah di Lombok*, Jurnal penelitian keislaman, IAIN Mataram, Vol.1 No. 2, Juni 2005.
- Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, dan Andi Subhan Amir, *YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*, Jurnal Komunikasi KAREBA, Vol. 5 No.2, 2016.
- Haryanto, *Media Sosial Dan Interaksi Sosial: Studi Pengaruh Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2018.Tesis
- Kim, Ju Yeon, J. P. Shim, Kyung Mo Alm, *Social Networking Service: Motivation, Pleasure, and Behavioral Intention To Use* , Journal of Computer Information Systems, vol. 51, no. 4, 92-101, 2011.
- Kinasih,Wulan dan Johan Bhimo Sukoco, *Da'wah And Social Media Maping Study Of Da'wah Through Social Media In Indonesia* Dipresentasikan dalam Acara International Da'wah Conference (IDACON) 2017 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 4 Oktober 2017.
- Muhlis, *Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Aktivitas Dakwah di Facebook)*, Makassar: UIN Alauddin, 2016. Tesis

- Ngai, W.T. dkk, *Social Media Research: Theories, Constructs And Conceptual Frameworks*, Internasional Jurnal of Information Management, vol. 35, 34-35, 2015.
- Nurudin, *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Komunikasi*, Jurnal Komunikator. Vol 5, 2010.
- Putrawan, Agus Dedi, *Dekarismatisasi Tuan Guru Di Lombok Studi Pudarnya Pesona Tuan Guru dalam Pemilu* , Jurnal Agama dan Hak Asasi Manusia, vol 5, 282-330, 2014.
- Rubawati, Efa, *Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*, Jurnal Studi Komunikasi, vol. 2. no 1, 127-141, 2018.
- Stafford, Thomas F., Marla Royne Stafford dan Lawrence L. Schkade, *Determining Uses and Gratification for the Internet*, Decision Sciences, Spring: Printed in The U.S.A, vol. 35, no. 2, 2004.
- Sumadi, Eko, *Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi*, Jurnal AT-TABSYIR, vol. 4. No. 1. 2016.
- Zolkepli, Izzal Asnira dan Kamarulzaman, Yusniza, *Social Media Adaption: The Role Of Media Needs And Innovation Characteristics*. Computer in Human Behavior, vol. 43. 189-209, 2015.

Sumber Lain

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APIJI), *Penetrasi dan Prilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2017*, Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet, 2017.
- [http:// www. Kenalinfo.web.id](http://www.kenalinfo.web.id), KanalInformasi, 16 September 2016.
- <http://tekno.kompas.com/read/2015/24/09160067/Instagram.Diserbu.400.Juta.Pengguna.termasuk.indonesa>. Diakses 27 Juli 2019.
- <https://ekspektasia.com/penulis.zhafran>. Diposting pada 05-06-2018, diakses 20 Juni 2019 pukul 19.34 PM.

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Muhammad_Zainul_Majdi, diakses 27 Juli 2019.

<https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube> diakses pada 22 April 2019.

<https://techno.okezone.com/read/2016/01/14/207/128832/pengguna-instagram-di-indonesia-terbanyak-mencapai-89> diakses pada 27 Juni 2019 pukul 20.15 WIB.

<https://tekno.kompas.com/read/2017/09/29/06304447/naik-100-juta-berapa-jumlah-pengguna-instagram-sekarang> diakses pada 30 Mei 2019 pukul 22.00 WIB.

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180406202852-213-288967/Youtube-jadi-aplikasi-media-paling-populer-di-indonesia>, Diakses pada 10 Juni 2019.

Saxena. S, *Social Media Can Be Organized In 6 Clear Categories*, (Retrieved from <http://www.easymedia.in/social-media-can-organized-6-clear-categories/.2014>, (Diakses pada 22 Maret 2019. Pukul (17.00 WIB).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Ahsanul Rijal
Tempat/Tanggal Lahir : Mujur, 25 Juli 1994
NIM : 17202010002
Alamat Rumah : Jl Raya Mujur, Kec. Praya Timur, Kab.
Loteng, NTB
Email : Ahsanulrijal682@gmail.com.
Nama Ayah : Hamdi
Nama Ibu : Amrah

B. Riwayat Pendidikan

1. SDN 2 Mujur, Tahun Lulus 2006
2. MTS NW Selaparang Kediri Lobar, Tahun Lulus 2009
3. MA NW Selaparang Kediri Lobar, Tahun Lulus 2012
4. Ma'had Darul Qur'an Wal Hadist (MDQH) NW Anjani, Tahun Lulus 2016
5. Starata 1 (S1) Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, IAIH NW Lombok Timur, Tahun Lulus 2016

C. Karya Ilmiah

1. Islam Lombok dan Bom Modernitas, (Yogyakarta: Website Islam Kepulauan, 2019).
2. Niaga dan Islamisasi Masyarakat Lombok dalam Perspektif Historis dan Fenomenologis, (Kalijaga of Journal of Communication, vol. 1, no. 2, 2019).
3. Politik Tuan Guru Versus Politik Media: Pilpres 2019 di Lombok Antara Dakwah dan Politik, (Tasamuh Jurnal Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Islam, vol. 1, no. 2, 2019).

D. Penelitian

1. Skripsi : Efektivitas Program Dakwah di Televisi Dalam Peningkatan Keagamaan Masyarakat Desa Puyung.
2. Tesis : Tuan Guru di Era Media Sosial (Studi Fenomenologis Terhadap Pemanfaatan Komunikasi Dakwah Tuan Guru Di Lombok Timur).

