

**KESEDERHANAAN DALAM BERDAKWAH;
Analisis Isi Media Dakwah Pesantren Nurul Jadid**



**Oleh:
Zakiyah Romadlany
NIM: 20202011022**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

TESIS

Diajukan Kepada Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Magister Sosial

YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Zakiyah Romadlany
NIM : 20202011022
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam,

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa naskah Tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 18 Agustus 2022

yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAR
YOGYAKARTA



Zakiyah Romadlany
Zakiyah Romadlany
NIM. 20202011022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Zakiyah Romadlany
NIM : 20202011022
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam,

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi, jika dikemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah Tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 18 Agustus 2022
yang menyatakan,



Zakiyah Romadlany
NIM. 20202011022

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1366/Un.02/DD/PP.00.9/08/2022

Tugas Akhir dengan judul : Kesederhanaan dalam Berdakwah; Analisis Isi Media Dakwah Pesantren Nurul Jadid

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ZAKIYAH ROMADLANY
Nomor Induk Mahasiswa : 20202011022
Telah diujikan pada : Rabu, 24 Agustus 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6306a9e09576d



Penguji II

Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum
SIGNED

Valid ID: 6305b54cd276d



Penguji III

Dr. H. M. Khotili, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 63082c33ef686



Yogyakarta, 24 Agustus 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 630833034e012

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,

Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamualaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

PESAN KESEDERHANAAN DALAM MEDIA NURUL JADID;

Analisis Isi Pesan Dakwah Pesantren

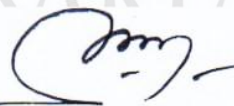
Oleh:

Nama : Zakiyah Romadlany
NIM : 20202011022
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam,

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada program studi magister komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamualaikum wr. wb.

Yogyakarta, 18 Agustus 2022
Pembimbing



Dr. Hamdan Daulay M.Si, M.A
NIP. 196612091994031004

ABSTRAK

Zakiah Romadlany (20202011022) “KESEDERHANAAN DALAM BERDAKWAH; Analisis Isi Media Dakwah Pesantren Nurul Jadid” Tesis, Prodi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2022.

Selama ini dakwah dilakukan oleh para pendakwah (*da'i*) dengan cara memberikan tausiyah melalui mimbar-mimbar masjid. Namun seiring berkembangnya zaman maka proses dakwah itupun berkembang dengan cara memanfaatkan media sosial saat ini. Sebagaimana salah satu pondok pesantren yaitu Pesantren Nurul Jadid yang memanfaatkan beberapa media seperti halnya; radio, Facebook, Majalah, Instagram, Youtube dan media-media lainnya untuk berdakwah. Dengan mediana Pesantren Nurul Jadid memiliki cara unik dalam menyampaikan sebuah pesan dakwahnya. Sehingga dengan sangat mudah dalam menarik para mad'u. Dakwah yang disampaikan oleh media pesantren Nurul Jadid sangat renyah dan sederhana sehingga dapat dengan mudah bagi para followers dalam mengambil beberapa hikmah didalamnya. Kendati demikian, hal itu yang kemudian menjadi ciri Khas dari media pesantren Nurul Jadid.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk membedah 1. Bagaimana analisis isi kesederhanaan dalam media pesantren Nurul Jadid sebagai konten?. 2. Bagaimana isi kesederhanaan dalam media sosial Nurul Jadid sebagai tehnik? Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis isi (*Conten Analysis*) milik Philipp Mayring dengan 3 kategori yaitu nilai akhlaq, syariah dan aqidah. Dalam langkah penelitian ini penulis akan mengumpulkan data yang ada di dalam media (instagram dan You Tube Channel Pesantren Nurul Jadid), selanjutnya akan penulis analisa dan kelompokkan data tersebut sesuai nilai yang terkandung sehingga ditemukanlah kesederhanaan berdakwah yang ada dalam media Pesantren Nurul Jadid.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa, kesederhanaan dalam berdakwah pada media Pesantren Nurul Jadid dalam analisisnya memiliki tiga kategori yaitu; memiliki nilai Aqidah, Akhlaq dan Syariah. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam media pesantren Nurul Jadid terdapat kesederhanaan dalam berdakwah dengan tiga kategori pesan.

Kata kunci; Analisis isi, Media Dakwah, Pesan Dakwah.

ABSTRACT

Zakiyah Romadlany (20202011022) "Simplicity in Preaching; Content Analysis of Islamic Islamic Boarding School Da'wah Media Contents" Thesis, Masters Program in Islamic Communication and Broadcasting. Faculty of Da'wah and Communication. Sunan Kalijaga State Islamic University, Yogyakarta. 2022.

So far, da'wah is carried out by preachers (da'i) by giving tausiyah through mosque pulpits. But along with the development of the times, the process of da'wah and even then developed by utilizing social media today. As one of the Islamic boarding schools, namely Pesantren Nurul Jadid which utilizes several media, such as; radio, Facebook, Magazines, Instagram, Youtube and other media for preaching. With the medium, Pesantren Nurul Jadid has a unique way of conveying a message of da'wah. So it is very easy to attract mad'u. The da'wah delivered by Nurul Jadid's pesantren media is very crisp and simple so that it can be easy for followers to take some lessons in it. However, that later became the hallmark of Nurul Jadid's pesantren media.

The purpose of this study is to dissect 1. How is the content analysis of simplicity in Nurul Jadid's pesantren media as content?. 2. What is the content of simplicity in Nurul Jadid's social media as a technique? In this study, researchers used a qualitative approach using Philipp Mayring's Content Analysis method with 3 categories, namely moral values, sharia and aqidah. In this research step the author will collect data in the media (instagram and You Tube Channel of the Nurul Jadid Islamic Boarding School), then the writer will analyze and group the data according to the values contained so that the simplicity of preaching is found in the media of the Nurul Jadid Islamic Boarding School.

The results of this study found that the simplicity of preaching in the media of the Nurul Jadid Islamic Boarding School in its analysis has three categories, namely; have Aqidah, Akhlaq and Sharia values. So it can be concluded that in the media of the Nurul Jadid Islamic boarding school there is simplicity in preaching with three categories of messages.

Keywords; Content analysis, Media of Da'wah, Message of Da'wah.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab ke dalam huruf latin yang digunakan dalam penyusunan Tesis ini berpedoman pada surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	-
ت	Tā'	T	-
ث	Śā'	ś	s (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	-
ح	Hā'	ḥ	H (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	-
د	Dal	D	-
ذ	Zal	Z	Z (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	-
ز	Zai	Z	-
س	Sīn	S	-
ش	Syīn	Sy	-
ص	Sād	ṣ	s (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	d (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	ṭ	t (dengan titik di bawah)

ظ	Zā'	z	z (dengan titik dibawah)
ع	'Ayn	...'	koma terbalik
غ	Gayn	G	-
ف	Fā'	F	-
ق	Qāf	Q	-
ك	Kāf	K	-
ل	Lām	L	-
م	Mīm	M	-
ن	Nūn	N	-
و	Waw	W	-
ه	Hā'	H	-
ء	Hamzah	...'	Apostrof (tidak dilambangkan apabila terletak di awal kata)
ي	Yā'	Y	-

2. Vokal

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin
----- [َ]	fathah	A
----- _ِ	Kasrah	I
----- [ُ]	Dammah	U

Contoh:

كتب - kataba

يذهب - yaẓhabu

سئل - su'ila

ذكر – ẓukira

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
سَي	fathah ya	dan Ai	A dan i
سَو	fathah wau	dan Au	A dan u

Contoh: كيف - kaifa هول – haul

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda:

Tanda	Huruf latin
آ	Ā

ت	Ī
تْ	Ū

4. Ta' Marbūṭah

Transliterasinya untuk ta' Marbūṭah ada dua:

a. Ta' Marbūṭah hidup

Ta' Marbūṭah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, ḍammah, transliterasinya adalah /t/.

Contoh: مدينة المنورة – Madīnatul Munawwarah

b. Ta' Marbūṭah mati

Ta' Marbūṭah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Contoh: طلحة - Ṭalḥah

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta' marbūṭah diikuti oleh

kata yang menggunakan kata sandang “al” serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbūṭah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh: روضة الجنة - rauḍah al-jannah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: ربنا - rabbanā نعم - nu'imma

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu “ال”. Namun, dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu “al” diganti huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh: الرَّجُل – ar-rajul السَّيِّدَة – as-sayyidah

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya.

Contoh: الْقَلَم – al-qalamu الْجَلَال – al-jalālu

Jika diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanda sambung.

7. Hamzah

Sebagaimana dinyatakan di depan, hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh: شئ – syai’

امرت – umirtu

النوء – an-nau’u

تاخذون – ta’khudūn

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi’il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harkat yang hilang, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وان الله لهو خير الرازقين – *Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn* atau *Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn*

فأوفوا الكيل والميزان – *Fa’aufū al-kaila wa al-mīzāna* atau *Fa’aufūl-kaila wal-mīzāna*

Catatan:

- 1) Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama dari dan permulaan kalimat. Bila nama dari itu didahului oleh kata sambung, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh: وما محمد الا رسول – *wa mā Muḥammadun illā rasūl*

أفلا يتدبرون القرآن – *aḥalā yatadabbarūna al-qur’ān*

- 2) Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakt yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh: نصر الله وفتح قريب – *naṣrum minallāhi wa faṭḥun qarīb*

الله الأمر جميعا – *lillāhi al-amru jamī'an*

الله اكبر – *allāh akbar*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang maha pengasih dan penyayang dan selalu melimpahkan rahmat dan hidayahNya. Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta pengikutnya yang istiqhomah.

Alhamdulillah wa syukurillah, berkat rahmat dan hidayahNya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan Tesis dengan judul ***“Kesederhanaan Dalam Berdakwah; Analisis Isi Media Dakwah Pesantren Nurul Jadid”***.

Dalam menyelesaikan penulisan tesis ini tidak sedikit perjuangan dan pengorbanan yang telah dilalui, tenaga dan energi yang telah terkuras. Penulis menyadari kelancaran dan kesuksesan proses penulisan hingga pada tahap penyelesaian, tentu tidak terlepas dari bimbingan, arahan serta dukungan dari semua pihak yang telah relah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membantu penulis. Sehubungan dengan itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tiada ternilai kepada yang terhormat:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan lanjutan di Program Studi magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Ibu Prof. Dr. Hj Marhumah, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UNI Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan lanjut dalam program studi magister komunikasi dan penyiaran islam.

3. Bapak Dr. Hamdan Daulay M.Si., M.A selaku Ketua Prodi Magister Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sekaligus Dosen Pembimbing Tesis yang dengan sabar membimbing, mengarahkan dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan tesis dengan cepat dan baik, dalam proses penyelesaian tesis ini.
4. Bapak Dr.Khadiq, S.Ag, M.Hum Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan masukan dan arahan dalam penyusunan tesis ini.
5. Para Dosen dan Civitas akademik program studi magister Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan limpahan ilmu pengetahuan.
6. Kedua orang tua penulis, ayahanda H. Moh. Muhaimin Hasan Musyawwir dan Ibunda Shofiatun Hanani, yang selalu penuh ketulusan menyertai doa, dukungan, bimbingan serta nasihatnya dalam setiap langkah perjalanan hidup saya dengan limpahan kasih dan sayang tiada terkira. Nenekku Sur'ati yang tak pernah lekang dalam menasehati. Si bungsu adik tersayang Nur Muhassoni Al-Kamali yang juga masih dalam penimba ilmu yang selalu membuat saya semangat untuk meraih setiap mimpi-mimpi agar bisa memberikan motivasi untuknya. Pondok Al-Musyawwir yang selalu menjadi semangat untuk tetap berjuang dalam menyelesaikan setiap perjalan studi ini. Buat calon imam yang masih saling mendoakan dalam setiap langkah.

7. Pihak media sosial Pesantren Nurul Jadid yang telah bersedia menjadi objek dalam penelitian ini.
8. Keluarga besar mahasiswa angkatan 2020 di program studi magister Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang selalu kompak dan selalu memberi ruang suntuik saling berdiskusi bertukar pengalaman dan pengetahuan.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tidak ada yang dapat penulis berikan sebagai tanda terima kasih, melainkan hanya doa tulus ikhlas. Semoga segala kebaikan yang diberikan semua pihak, tercatat sebagai amal jariyah. Penulis menyadari, dalam penulisan tesis ini tentu ada kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran yang memiliki substansi dan membangun sangat penulis butuhkan. Semoga karya ilmiah ini dapat dibaca secara keseluruhan dan dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta seluruh umat. Amin yarabbal alamin.

Yogyakarta, 18 Agustus 2022

Penulis,

Zakiyah Romadlany

NIM: 20202011022

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
ABSTRAK	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	8
D. Kajian Pustaka	10
E. Kerangka Teori	18
1. Dakwah	18
2. Kesederhanaan	19
3. Media Sosial	23
4. Pesantren	30

5. Analisis Isi	34
F. METODE PENELITIAN	40
1. Jenis Penelitian	40
2. Penentuan Sumber Data	41
3. Teknik Pengumpulan Data	42
4. Teknik Analisis Data	43
5. Kerangka Fikir	52
G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	53
BAB II GAMBARAN UMUM MEDIA PESANTREN NURUL JADID	54
1. Sejarah Pesantren Nurul Jadid ..	54
A. Awal Mula Berdirinya Pesantren	55
B. Pemberian Nama Pesantren	58
2. Dakwah Pesantren	59
A. Strategi Dakwah Pesantren	63
3. Media Dakwah Pesantren	70
4. Kesederhanaan Media Pesantren	76
BAB III ANALISIS ISI PESAN MEDIA SOSIAL NURUL JADID	84
A. Analisis Pesan Media YouTube	85
1. Al-Kisah	85
2. Pengajian Kitab Pengasuh	95
3. Muhibbus Shalawat	97
4. Tadarus	99
5. Talk With	100

6. Kreasi Santri	100
B. Analisis Pesan Media Instagram	103
C. Analisis Pesan Media Sosial Nurul Jadid dalam teori Phillip Mayring ...	109
BAB IV PENUTUP	123
A. Kesimpulan	123
B. Saran	125

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kategori Pesan dalam media	52
Tabel 2 Pesan Al-Kisah dalam YouTube	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pendekatan Analisi Isi	37
Gambar 2 Prosedur Analisis Isi Philipp Mayring	39
Gambar 2 langkah Pengembangan Kategori Model Induktif	45
Gambar 3 Langkah Aplikasi Kategori Model Deduktif	47
Gambar 4 Kerangka Berfikir	52



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi tidak akan terlaksana tanpa adanya sebuah proses. Proses komunikasi dengan adanya kegiatan penyampaian, seruan dan ajakan kepada orang lain menuju jalan kebaikan merupakan dakwah.

Dakwah didorong oleh adanya agama yang mana hal tersebut sejalan dengan teori milik Thomas W. Arnold yang menyatakan bahwa agama memiliki gagasan dalam menyebarkan kebaikan.¹ Peran dakwah dalam agama sangatlah krusial, bahkan alqur'an menganjurkan adanya komunitas yang spesifik sebagai ahli dakwah yang fungsinya untuk menyampaikan *Amar Ma'ruf Nahi Munkar* di tengah-tengah masyarakat.² Dakwah yang juga merupakan denyut nadi Islam mengharuskan ummatnya untuk tetap menyebarkan pesan-pesan dakwah agar supaya islam dapat bergerak dan tetap hidup.

Dakwah memiliki banyak pengertian dari berbagai para ahli, akan tetapi tetap perlu terus melakukan inovasi dalam menciptakan teori penyampaianya sehingga dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Teori dakwah

¹ Ilyas Ismail, Prio Hotma, *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2011),11.

² Safroodin Halimi, *Etika Dakwah Al-Qur'an Antara Idealis Qur'ani dan Realitas Sosial*, (Semarang: Walisongo Perss, 2008), 1.

pesantren bisa dikatakan sebagai salah satu cara dalam menebarkan kebaikan pada masyarakat. Karena kehadirannya pun tidak hanya sebatas lembaga pendidikan melainkan juga sebagai sosial keagamaan. Sebagai lembaga keagamaan, pesantren harus ikut andil dalam menangani masalah-masalah sosial yang ada di Masyarakat. Pesantren sangat berperan penting dalam aktifitas dakwah.³ Dan dakwah menjadi sangat penting dengan adanya pesan kesederhanaan dalam setiap penyampaiannya.

Pesantren sendiri memiliki cara yang unik dalam menyampaikan pesan dakwah. Hal ini sejalan dengan Pesantren Nurul Jadid yang memiliki kesederhanaan dalam menyampaikan dakwah. Terbukti dari sejarah dakwah pendiri bahkan sampai pada dakwah pengasuh pesantren saat ini. Dimana, dalam melihat agama yang sangat abstrak kemudian disampaikannya dengan sesederhana mungkin. Sehingga para pendengar atau bahkan santriwati melihat hal tersebut sangat sederhana dan mudah untuk dipahami.

Ciri khas pesantren yang seperti itu, sangat menarik jika kemudian ditarik pada media sosial. Media sosial sebagai media penyampai dakwah-dakwah yang ada di pesantren. Berbicara tentang media pada saat ini, Lina Mufidah mengungkapkan data survey yang dilansir oleh Hootsuite (*We are social*) pada tahun 2019 lalu mengatakan bahwa jumlah pengguna internet di

³ Hasyim Iskandar, *Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri (AIS) Banyuwangi Melalui Literasi Digital Santri*, (Surabaya; Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana UIN Sunan Ampel. 2018). 10.

Indonesia mencapai 150 juta orang atau 56% penduduk Indonesia.⁴ Kendati demikian, hal ini menunjukkan peningkatan yang cukup pesat dengan cacatan 70% pada tahun 2020 bahkan pada tahun 2021 melebihi dari 76% dengan cacatan 212,35 juta pengguna internet. Hal ini dikabarkan dari data Internetworldstats.⁵ Pada Era modern ini penggunaan platform media menjadi sebuah keharusan karena media merupakan sarana bersosialisasi tanpa harus bertatap muka dan dianggap sangat mudah bagi khalayak untuk beradaptasi.

Platform media yang paling gencar dikunjungi oleh pengguna internet yaitu Youtube dengan pencapaian (88%), Whatsapp (83%), Facebook (81%), dan Instagram (80%).⁶ Hal ini menunjukkan bahwa jutaan penduduk Indonesia sangat bergantung kepada internet. Bahkan dari survey rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan 3 jam 14 menit untuk mengakses media sosial.⁷ Maka, sangat disayangkan jika media internet hanya dijadikan sebagai ajang berselancar tanpa menggunakannya dengan hal-hal yang lebih bermanfaat.

Media sosial merupakan ruang yang hidup bagi para penikmat internet yang dengan menggunakannya dapat dengan mudah mendapatkan informasi, berkomunikasi dan menjadikannya sumber referensi dalam mempelajari islam.

Hal ini yang kemudian menuntut para penda'i (penceramah) untuk bersikap

⁴ Lina Muflihah, "Dakwah Muslim Milenial (Studi Kasus Dalam Akun Instagram @surabayahijrah)" Magister Thesis, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel : 2020.

⁵ Nur Kholis, "Dakwah Virtual, Generasi Z dan Moderasi Beragama", *Iqtida, Journal of Da'wah and Communication*, Vol. 01, no. 02, Desember 2021, 155-168.

⁶ Muflihah, *Dakwah Muslim*. 2020

⁷ Nur Kholis, "Dakwah Virtual, 156.

progresif, adaptif, dan aplikatif. Dimana, para penda'i dituntut untuk bisa mengemas dakwah sesuai dengan tuntutan teknologi dimasa post truth ini.⁸

Realitanya dengan berkembangnya teknologi banyak para penda'i yang mencoba mengaplikasikan media sosial sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Salah satunya seperti Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Kholid basalamah, Ustadz Abdullah Gymastiar, Ustadz Hannan Attaki dan masih banyak ustadz-ustadz lainnya yang telah mengaplikasikan dakwahnya menggunakan media sosial.

Ustadz Hannan Attaki dengan akun Intagramnya @hannan_attaki yang gemar dijuluki dengan nama “ustadznya para remaja”. Akun @hannan_attaki sejak 2019 lalu sudah memiliki 6,2 juta followers dan 82 following dengan 600 postingan.⁹

Kendatipun, dengan ustadz Adi Hidayat yang memiliki 1,1 ribu subscribe dalam akun Youtubanya yang bernamakan Adi Hidayat Official. Ustadz dengan gelar LC ini mulai bergabung di youtube sejak 2019 lalu, dan pengikutya sudah melebihi seribu. Hal ini menunjukkan bahwa ruang dakwah melalui media sosial sangatlah menarik khalayak dengan begitu cepat.

Pondok pesantren Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta dengan akun Instagramnya @almunawwir_com memiliki 57,7 Ribu pengikut dengan

⁸ Ari Wibowo, “Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual”, *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, Vol. 02, no. 02 Juli-Desember 2020, 179-198.

⁹ Muhammad Iqbal Rappedeo, “Pengaruh Pesan Dakwah Akun Instagram @Hannan_Attaki Terhadap Religiusitas Para Followers” *Jom Fisip*, Vol. 06, no. 11, 2019, 1-13.

postingan 1.528 dan 76 mengikuti. Akun instagram pondok pesantren Al-Munawwir Krapyak ini dibuat sejak agustus 2015 lalu. Dalam postingannya diisi dengan berbagai gambar berquotes dakwah dan informasi seputar pesantren serta kreasi-kreasi santri.¹⁰

Pesantren Nurul Jadid juga tidak kalah gencar dalam mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan media sosial sebagai penyalur dakwah pesantren. Pesantren Nurul Jadid memiliki beberapa media sosial diantaranya ada majalah, radio, facebook, Instagram dan Youtube. Media-media tersebut dijadikannya sebagai wadah dalam menyebarkan dakwah-dakwah yang ada di pesantren.

Kendati demikian, media-media yang ada di pesantren Nurul Jadid selain menjadi media dakwah, juga sebagai media informasi, dimana dalam media pesantren dapat dengan mudah mengetahui informasi-informasi dan kegiatan terbaru seputar kepesantrenan. Hal ini yang kemudian dijadikan sebagai spirit sederhana atau dakwah yang renyah bagi para followers media-media dakwah pesantren Nurul Jadid.

Sejauh ini akun media instagram pesantren Nurul Jadid memiliki 38,2 Ribu followers dengan postingan sebanyak 1.396 yang terus meningkat pada setiap tahunnya. Hal ini terbukti sejak tahun 2019 followers akun Instagram Nurul Jadid terhitung memiliki 8,352 dengan 496 postingan baik berupa pesan

¹⁰ Akun Instagram @almunawwir_com.

visual dan audio-visual.¹¹ Kendati demikian, menunjukkan peningkatan yang sangat baik. Bahkan, kanal Youtubanya juga tidak kalah banyak peminatnya yaitu memiliki 84,5 Ribu Subscriber dengan 1,2 Ribu Vidio yang di unggahnya. Pesantren Nurul Jadid terhitung bergabung di Channel Youtube sejak 21 April 2017.

Pesan-pesan yang disampaikan oleh media pesantren Nurul Jadid sangat renyah dan sangat sederhana untuk dipahami oleh para followersnya, baik dari media Instagram maupun dari channel Youtubanya. Media instagram @pesantrennuruljadid berisikan pesan-pesan yang di desain dan dikombinasikan dengan gambar yang disertai beberapa quote. Kendatipun, dalam channel Yotube pesantren nurul jadid diisi dengan berbagai pengajian kitab yang dikaji langsung oleh jajaran pengasuh pada sore hari, tausiyah-tausiyah pengasuh, alkisah dan kegiatan seputar acara-acara besar pesantren seperti haul masyayikh, tasyakuran & wisuda, Osabar dan masih banyak kegiatan-kegiatan lainnya.

Peneliti tertarik dengan adanya pesan-pesan dalam media sosial pesantren Nurul Jadid yang cukup mudah dan sangat renyah dalam penyampaiannya sehingga membuat peneiti ingin mengkaji lebih dalam tentang pesan kesederhanaan dalam media social Nurul Jadid dengan menganalisis isi pesan yang ada dalam media sosial Nurul Jadid. Dimana hanya dipusatkan pada

¹¹ Zakiyah Romadlany, Farhan. "Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media dakwah Masa Kini Studi Akun Instagram @pesantrennuruljadid", *El-Furqania*, Vol.05, No.01, Agustus, 2019. 105-123.

media Instagram dan Youtube untuk meminimalisir fokus pada penulisan penelitian ini.

Media pesantren Nurul Jadid yang memiliki makna kesederhanaan dalam pesan dakwahnya menimbulkan keinginan bagi peneliti untuk meneliti lebih dalam tentang bagaimana pesan kesederhanaan dalam media pesantren Nurul Jadid. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teori milik Phillip Mayring sebagai alat bantu dalam mengumpulkan data.

Hal ini yang kemudian menjadi latar belakang penulis tertarik untuk menjadikannya sebagai objek penelitian. Sehingga penelitian ini memiliki judul; *Kesederhanaan Dalam Berdakwah: Analisis Isi Pesan Media Pesantren Nurul Jadid.*

B. Rumusan Masalah

Melalui latar belakang di atas, penulis menggunakan rumusan masalah guna menjawab semua persoalan yang dihadapi. Pertanyaan yang dirumuskan yaitu;

1. Bagaimana analisis dalam media pesantren Nurul Jadid sebagai konten?.
2. Bagaimana analisis dalam media Instagram pesantren Nurul Jadid sebagai tehnik?.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penulisan penelitian ini bukanlah tanpa tujuan. Penulis berusaha untuk menghasilkan gagasan serta analisis dalam penelitian ini dengan tujuan;

1. Untuk mengetahui bagaimana analisis dalam media pesantren Nurul Jadid sebagai konten.
2. Untuk mengetahui bagaimana analisis dalam media pesantren Nurul Jadid sebagai Teknik.

2. Kegunaan Penelitian

Dimana ada tujuan, maka ada hasil. Sebesar apapun tujuan peneliti untuk memperoleh hasil maksimal, maka akan ada manfaat dibalik jerih payah tersebut, diantaranya adalah:

- a. Bagi pengembangan pengetahuan

Peneliti berharap dengan adanya kajian ini, peneliti turut menyumbangkan segenap pemikiran tentang besarnya peran media sebagai penyalur pesan dakwah. Melihat dari banyaknya fakta akan hal tersebut, yang akan dipaparkan dalam kajian dakwah pada saat ini. Oleh sebab itu, kajian ini begitu penting guna memahami bagaimana analisis isi pesan kesederhanaan pesantren berperan dalam media sosial.

b. Bagi masyarakat

Kajian ini menjadi salah satu sumbangsih yang perlu diaplikasikan dalam penggunaan teknologi secara bijak. Dan pentingnya memahami sumber dakwah yang akurat untuk dijadikan pijakan pada masa sekarang. Sehingga masyarakat bisa lebih sadar dalam menggunakan fasilitas jaringan internet. Selain itu, masyarakat akan lebih memahami penggunaan media sosial sebagai media penyebar dakwah.

c. Bagi Peneliti

Memahami fenomena-fenomena komunikasi di era post truth, membuat penulis mengerti akan besarnya peran akademisi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang sesuai dengan konsentrasi pendidikannya. Dalam hal ini, Komunikasi dan Penyiaran Islam memiliki beragam tantangan yang perlu diselesaikan. Salah satunya ialah adanya media-media yang dijadikan sebagai media untuk menyebarkan dakwah.

Selain itu, manfaat utama dari kajian ini yaitu akan menghantarkan peneliti dalam memperoleh tingkat studi Strata Dua (S2) dan melewati ujian tesis demi melancarkan peraih gelar magister.

D. Tinjauan Pustaka

Penelitian mengenai analisis isi pesan media dakwah sudah banyak diteliti dengan menggunakan fokus media yang bermacam-macam, seperti halnya facebook, Youtube, Instagram dan lain sebagainya. Secara umum sudah banyak ditemukan pada beberapa penelitian bahkan buku. Namun untuk penelitian khusus analisis isi pesan kesederhanaan dalam media sosial pesantren masih belum banyak yang meneliti secara mendalam. Disinilah tugas peneliti untuk mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana pesan kesederhanaan dalam media pesantren Nurul Jadid dengan menganalisis isi pesan dakwah yang diaplikasikan oleh media pondok pesantren Nurul Jadid.

Menjamurnya teknologi serta akses internet yang begitu kuat dikalangan masyarakat menimbulkan banyak problematika tersendiri, khususnya di bidang penyerapan informasi agama. Berdasarkan penelitian ini, penulis akan menjabarkan beberapa penelitian serupa diantaranya adalah;

1. Penelitian milik Tinta Ilmiati dengan judul “*Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Naskah wawacan Kean Santang Aji*”. Dalam penelitian Tinta Ilmiati ini difokuskan pada analisis isi pesan yang terletak pada naskah Wawacan Kean Santang Aji dengan pendekatan kualitatif.¹²

¹² Tinta Ilmiati, “Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Naskah Wawacan Keqn Santang Aji”, *Strategi Komunikasi Dakwah*, Vol.3, No.2, Juni-Desember 2020, 127-150.

Adapun perbedaan dalam penelitian Tinta Ilmiati dan penulis yaitu terletak pada media yang diteliti. Penelitian milik Tinta Ilmiati yaitu menggunakan Naskah (Teks) sebagai media penelitiannya. Sedangkan penelitian yang akan peneliti gunakan yaitu terletak pada media Youtube dan Instagram. kendatipun dengan metode yang digunakannya, penelitian milik Tintan ini menggunakan analisis isi milik Harold D. Lasswell dengan symbol coding, sedangkan penelitian milik penulis menggunakan metode analisis isi milik Philipp Mayring.

Sedangkan persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji tentang analisis isi pesan.

2. Kemudian penelitian milik Agus Triyono dan Nifsya Khaira Marhuda dengan judul “*Studi Analisis Isi pesan dakwah Dalam media social Instagram @dakwah_tauhid*”. Penelitian ini berfokus pada analisis isi pesan dakwah pada media Instagram akun @dakwah_tauhid dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.¹³

Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada akun yang diteliti. Dimana dalam penelitian Agus dan Nifsya menggunakan akun milik @dakwah_tauhid. Sedangkan milik peneliti yaitu menggunakan akun @pesantrennuruljadid. Penelitian milik Agus dan

¹³ Agus Triyono, Nifsya Khaira Marhuda, “Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid”, *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 04, No. 01, Januari, 2020, 50-67.

Nifsya menggunakan satu objek media Instagram saja sedangkan penelitian yang akan penulis teliti yaitu terletak pada dua media yaitu Instagram dan Youtube. Dan penggunaan datanya yaitu milik agus dkk menggunakan metode analisis isi kuantitatif sedangkan milik penulis yaitu menggunakan analisis isi kualitatif deskriptif.

Sedangkan persamaan dalam penelitian ini terletak pada objek kajiannya tentang analisis isi pesan dakwah dan mediana juga salah satunya menggunakan media Instagram.

3. Penelitian milik Nita Puspitasari, Ridwan Abdurrahman dan Latifah dengan judul “*Analisis Isi Pesan Akhlak Khadijah Dengan Menggunakan Pendekatan Psikoanalisis Dalam Novel Khadijah ‘Ketika Rahasia Mim Tersingkap’*”. Dalam penelitian ini Nita dan kawannya membahas tentang isi pesan akhlak dalam Novel Khadijah sebagai motivasi dalam akhlak dan moral kehidupan perempuan pada masa sekarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi deskriptif kualitatif.¹⁴

Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada objek mediana. Penelitian milik Nita dan Kawannya menggunakan Novel sebagai bahan analisisnya. Sedangkan penelitian milik penulis yang dijadikan bahan analisisnya yaitu menggunakan media Instagram dan

¹⁴ Nita Puspitasari, Ridwan Abdurrahman, Latifah, “Analisis Isi Pesan Akhlak Khadijah Dengan Menggunakan Pendekatan Psikoanalisis Dalam Novel Khadijah ‘Ketika Rahasia Mim Tersingkap’”, *Parole Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, Vol.02, No. 4, Juli 2019, 635-642.

Youtube. Penggunaan teorinya untuk mencari data juga berbeda, dimana dalam penelitian milik nita dan kawannya menggunakan teori psikoanalisis dengan menganalisis tokoh cerita. Sedangkan penelitian yang peneliti tulis yaitu menggunakan teori milik Philipp Mayring untuk mengumpulkan data. Kendati demikian, Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang analisis isi pesan.

4. Penelitian milik lala Nur Pratiwi dengan judul “*Analisis Sikap dan Pendapat Netizen Terhadap Vidio Perubahan Keyakinan Beragama Oleh Lima Muallaf: Analisis Isi Kualitatif Pada Media Sosial Channel Youtube*”. Dalam penelitiannya lala membahas tentang sikap netizen dan perubahannya terhadap vidio perubahan keyakinan beragama oleh lima muallaf pada media social Youtube. Kemudian juga tentang faktor yang mempengaruhi vidio perubahan keyakinan beragama oleh muallaf.¹⁵

Adapun persamaan dalam penelitian ini yaitu sama menggunakan Channel Youtube sebagai kajiannya. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada objek kajiannya. Dimana, dalam penelitian yang dikaji oleh Lala, menganalisis tentang sikap dan pendapat netizen terhadap vidio perubahan keyakinan beragama oleh Lima Muallaf sedangkan penelitian yang akan ditulis oleh penulis

¹⁵ Lala Nur Pratiwi, “Analisis Sikap dan Pendapat Netizen Terhadap Vidio Perubahan Keyakinan Lima Muallaf; Analisis Isi Kualitatif Pada Media Sosial Chennel YouTube. *Magister Thesis*, Universitas Hasanuddin; Juli 2021.

akan menganalisis pesan kesederhanaan pada channel Youtube Pondok pesantren Nurul Jadid.

Kendatipun, perbedaan dalam penelitian ini juga pada media yang di gunakan, Dimana penelitian milik lala hanya berkisar pada media Youtube saja. Sedangkan milik penulis yaitu terletak pada media Youtube dan Instagram.

5. Penelitian milik Anggita Falestyana Sari dan Lutfhi Ulfa Ni'amah dengan judul "Tiktok sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok @baysasman00)". Penelitian milik Anggita dan Lutfhi ini membahas tentang analisis pesan pada akun tiktok @baysasman00 dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif.¹⁶

Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada objek yang diteliti, dimana pada penelitian milik Anggita dan kawannya meneliti akun tiktok, sedangkan yang akan diteliti oleh penulis yaitu pada akun Instagram dan Youtube. Kemudian Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

6. Muhammad David Hendra dan Fenti Yuliardiana dalam penelitiannya yang berjudul "Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah

¹⁶ Anggita Falestyana Sari, Lutfhi Ulfa Ni'amah, *Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok @baysasman00)*, Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah, Vol 02, No 01, 2022. 31-43.

(Analisis Isi Konten Pada Akun @Kpopers.hijrah)¹⁷. Penelitian ini membahas tentang penyusunan pesan dakwah yang ada pada akun @kpopers.hijrah dengan menganalisis isi konten yang ada. Penelitian ini menggunakan teori milik Barbara O’Keefe sebagai teori dalam membantu penyusunan pesan dakwah yang ada pada akun instagram @kpopers.hijrah.

Adapun persamaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada objek yang dikaji, dalam penelitian yang akan peneliti kaji yaitu tentang media Instagram sebagai media dakwah. Kendatipun, perbedaan dalam penelitian ini yaitu peneliti akan meneliti akun milik @Pesantrennuruljadid sedangkan dalam penulisan Hendra dan Fenti mengkaji akun milik @kpopers.hijrah.

7. Selanjutnya penelitian milik Suardi dengan judul “*Dakwah Anti Riba di Youtube: Analisis Vlog akun “Pecah Telur”*”. Dalam penelitiannya Suardi meneliti tentang pesan dakwah dalam akun Vlog “Pecah Telur” dengan menggunakan Analisis Isi (*Content Analysis*) sebagai alat untuk mengkategorikan isi dan bentuknya. Dalam penelitiannya Suari mengkategorikan isi dalam pesan yaitu akidah, akhlak dan Syariah dengan menggunakan teori analisis isi pesan dakwah Wahyu Ilahi. Sedangkan dalam pengkategorian kontennya yaitu Informatif,

¹⁷ Muhammad David Hendra, Fenti Yuliardiana, “Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Konten Pada Akun @kpopers.hijrah)”, *Madania Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, Vol.11, No.01, Juni 2021, 40-54.

Persuasif dan Koersif dengan menggunakan teori milik Mochamad Fahkrurroji.¹⁸

Persamaan dalam penelitian ini yaitu pada penggunaan pendekatan metodenya, dimana suardi dan peneliti sama menggunakan analisis isi (*Content Analysis*) dalam menggumpulkan data. Dan menggunakan media YouTube sebagai objek kajiannya.

Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada akun yang ditelitinya, dimana dalam penelitian yang dikaji oleh penulis adalah akun milik pesantren, sedangkan dalam penelitian suardi yaitu akun Vlog “Pecah Telur”. Dan penggunaan teorinya juga berbeda, dimana dalam penelitian milik suardi menggunakan teori milik Wahyu Ilahi dan Mochamad Fahkrurroji sedangkan milik peneliti yaitu menggunakan teori Philipp Mayring dalam pengumpulan datanya.

8. Penelitian milik Frieda Isyana Putri dan Triyono Lukmantoro dengan judul “*Teknik-teknik Persuasif Dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy di YouTube)*”, dalam penelitiannya Frieda dan Triyono ini membahas tentang teknik-teknik

¹⁸ Suardi, “Dakwah Anti Riba di YouTube; Analisis Vlog Akun ‘Pecah Telu’”, *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah*, Vol.03, No.03, Oktober 2021, 246-257.

persuasive yang digunakan dalam media sosial. Dengan menggunakan teori pendekatan analisis isi kualitatif Philipp Mayring.¹⁹

Adapun persamaan dalam penelitian ini yaitu sama menggunakan teori Philipp Mayring sebagai teori untuk mengumpulkan data. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu objek yang dikajinya. Dalam penelitian milik Freda dan Triyono ini membahas tentang teknik-teknik persuasive dalam media sosial, sedangkan milik penulis yaitu meneliti tentang pesan kesederhaan dalam media sosial pesantren Nurul Jadid.

9. Penelitian milik Ahmad Avisena dan Barkatullah Maulidi dengan judul “*Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Program Samara Bersholawat Di Radio Samara 96.2 FM Tulungagung*” dalam penelitiannya Ahmad dan Barkatullah ini membahas tentang Isi dan Kecenderungan serta ciri khas pesan dakwah dalam program siaran radio Samara 96.2 FM. Dengan menggunakan teori pendekatan analisis isi kualitatif Philipp Mayring.²⁰

Adapun persamaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada penggunaan teori dalam mengumpulkan data yaitu sama menggunakan teori Philipp Mayring untuk menganalisis data.

¹⁹ Frieda Isyana Putri, Triyono Lukmantoro, *Teknik-teknik Persuasif Dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy di YouTube)*, Jurnal Ilmu Komunikasi, 2015. 1-9.

²⁰ Ahmad Avisena, Barkatullah Maulidi, “Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Program Amara Bersholawat Di Radio Samara 96.2 FM Tulungagung”, *Wasilatuna; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 02, No.02, 2019. 72-87.

Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada media yang digunakannya, dimana dalam penelitian yang penulis teliti menggunakan akun media Instagram dan Youtube milik pesantren Nurul Jadid. sedangkan milik Ahmad dan Barkatullah yaitu menggunakan media Radio Samara 96.2 FM sebagai objek kajiannya.

E. Kerangka Teori

1. Dakwah

Dakwah mengandung arti yang sangat beragam tergantung pada penggunaannya dalam memberikan pengertian kepada istilah tersebut. Dakwah menurut Hamzah Yakub merupakan sebuah ajakan kepada kebaikan yaitu mengajak ummat manusia dengan hikmah dan kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya.²¹

Dakwah memiliki unsur-unsur dalam pelaksanaannya diantaranya; *Da'i* (Orang yang menyampaikan pesan dakwah baik dengan tulisan ataupun lisan), *Mad'u* (orang yang menjadi sasaran dakwah), *Materi atau Pesan Dakwah* (isi pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u berupa pesan-pesan ajaran islam), *Media Dakwah* (alat bantu dalam menyampaikan pesan dakwah), *Efek Dakwah* (Feed back atau umpan balik yaitu reaksi yang muncul dari mad'u dalam kegiatan dakwah), *Metode Dakwah* (cara

²¹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya; Al-Ikhlash, 1983), 19.

yang digunakan da'i dalam menyampaikan pesan dakwah agar pesan sampai kepada mad'u).²²

2. Kesederhanaan

Pesan merupakan suatu isi yang akan disampaikan, atau telah disampaikan baik berupa tulisan atau ucapan dari komunikator kepada komunikan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pesan berupa perintah, nasihat, permintaan, atau amanah yang disampaikan melalui orang lain.²³

Pesan dakwah jika diambil dari segi ilmu komunikasi memiliki arti *massage atau symbol-simbol*. Istilah tersebut dikenal dengan isi dakwah baik berupa gambar, kata, tulisan, lukisan yang dapat menimbulkan perubahan pada tingkah laku atau sikap dari penerima dakwah.²⁴ Mengutip dari Linda dan Khairil yang mengambil pengertian dari Lasswell bahwasanya pesan dapat disampaikan secara tatap muka atau menggunakan media komunikasi yang dapat berisi hiburan, ilmu pengetahuan, informasi, propaganda dan nasihat.²⁵

²² Zida Zakiyatul Husna, Moh. Ali Aziz, "Dakwah Media Sosial: Pola Dakwah Pada Masa Pandemi Covid 19", *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol.05, No.01, 2021. 1-19.

²³ KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), <https://kbbi.web.id/pesan>. 18 Juni 2022.

²⁴ Yani Siti Sakiyah, Mukhlis Aliyudin, Aang Ridwan, "Analisis Isi Novel Wedding agreement Karya Mia Chuz", *Tabligh; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol.05, No. 04, 2020. 407-424.

²⁵ Linda Astuti, Khairil Buldani, "Model Lasswell Dalam Komunikasi Pembangunan Kawasan Wisata Bengkulu", *Jurnal Professional FIS UNIVED*, Vol.03, No. 03, Desember 2016. 45-50.

Pesan merupakan isi gagasan atau sebuah pemikiran yang disampaikan kepada penerima dari sumber tersebut yang dalam hal itu bisa berupa pesan verbal dan juga non verbal.²⁶ Dan tentunya pesan ini menggunakan bahasa yang sesuai dengan penerimanya sehingga dapat dengan mudah ditangkap dengan baik.

Pesan dipandang lebih tepat untuk menjelaskan tentang sebuah isi yang dapat berupa gambar, kata-kata, lukisan, tulisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan moral penerima pesan.²⁷

Pesan menurut Asmuni dibagi menjadi tiga diantaranya adalah;

a. Pesan Aqidah (keimanan)

Pesan aqidah dalam Islam bersifat I'tiqad bathiniyah yaitu segala hal yang berkaitan dengan rukun iman. Akan tetapi tidak hanya berpusat pada apa yang wajib diyakini melainkan juga hal-hal yang dilarang seperti halnya syirik, ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya.

b. Pesan Syariah

Pesan syariah merupakan pesan yang berhubungan dengan hal nyata dalam menaati hukum Allah dalam mengatur hubungan antara manusia dengan tuhan dan pergaulan hidup antar

²⁶ Andik Purwasito, *Komunikasi Multikultural*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015). 292.

²⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Group, 2009), 318.

sesamanya. Seperti halnya hukum jual beli, warisan, berumah tangga, bertetangga begitu pula dengan larangan-larangannya yaitu zina, minum khamar, mencuri dan sebagainya.

c. Pesan Akhlaq

Pesan Akhlak merupakan pesan pelengkap yaitu melengkapi keislaman dan keimanan.²⁸

Inti dari pesan merupakan sebuah pengaruh untuk mengubah sikap dan tingkah laku dari komunikan. Dan pesan bersifat persuasif, informative dan coersif;

a. Persuasif

Persuasif merupakan pesan yang berupa bujukan yang dapat memberikan pengertian dan kesadaran seseorang bahwa apa yang disampaikan memberikan pendapat dan perubahan sikap seseorang. Akan tetapi perubahan tersebut terjadi atas kehendak sendiri.

b. Informatif

Informatif merupakan pesan yang berupa keterangan-keterangan dan kemudian komunikan dapat menyimpulkannya sendiri. Dan hal ini merupakan pesan yang lebih banyak berhasil pada kalangan cendekiawan,

²⁸ Syukir, *Dasar-Dasar*, 60.

c. Coersif

Coersif merupakan pesan yang berupa memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi. Dimana pesan ini lebih sering dikenal dengan agitasi dengan penekanan-penekanan terhadap batin dan ketakutan pada kalangan public. Coersif juga dapat berbentuk intruksi, perintah dan sebagainya.

Dalam komunikasi lambang yang sering kali digunakan adalah berupa bahasa, karena bahasa dikatakan paling mudah untuk menunjukkan pernyataan seseorang tentang suatu hal baik yang konkrit atau yang abstrak, bahkan yang telah terjadi, akan terjadi atau yang terjadi sekarang.²⁹

Kesederhanaan merupakan suatu hal yang berada saat ini dan tidak menimbulkan masalah yang rumit. Kesederhanaan juga memberikan kesabaran, dorongan semangat dan persahabatan. Inti dari kesederhaan itu adalah indah.³⁰

Dalam Wikipedia kesederhanaan merupakan sebuah kondisi, property atau kualitas ketika segala halnya dapat dipertimbangkan. Kesederhaan biasanya juga berkaitan dengan beban yang diletakkan sesuatu pada

²⁹ Yantos, “Analisis Pesan-Pesan Dakwah Dalam Syair-Syair Lagu Opick”, *Jurnal Risalah*, Vol 14, No. 02, November 2013. 16-27.

³⁰ Tantri Theana Utari, Suntoko, Een Nurhasanah, “Nilai-Nilai Pendidikan Dalam Novel *Pesan Terakhir* Karya Wenny Smart”, *Jurnal Bindo Sastra*, Vol. 05, No. 02, 2021. 23-31.

seseorang untuk mencoba memahami atau menjelaskan dan hal tersebut berkaitan dengan sederhana dan berlawanan dengan sesuatu yang rumit.³¹

Pesan dapat dikatakan sederhana apabila dapat memberikan pemahaman dengan mudah bagi para penerima pesan baik itu melalui media atau secara langsung. Kesederhanaan dalam artian sebagai sifat atau keadaan sederhana.³²

Dalam beberapa pengertian dakwah yang memiliki banyak tafsiran juga merupakan bagian dari kesederhanaan dari dakwah sendiri. Yang mana dalam berdakwah tidak mewajibkan para pendakwahnya cukup sebagai penceramah saja, melainkan juga bisa dilakukan dengan tulisan atau bahkan bisa dilakukan bilhal. Dengan tujuan tetap satu yaitu mengajak kepada jalan kebaikan.

Dalam penulisan ini arti kesederhanaan dipadukan dengan tutur kata, sifat dan, pesan-pesan yang disampaikan oleh media pondok pesantren Nurul Jadid baik yang disampaikan melalui Instagram atau bahkan dari Chennel Youtubenya.

3. Media Sosial

Media berasal dari bahasa latin yaitu *median* dari bentuk jamak *medium*. Sedangkan dalam bahasa arab media/wasilah memiliki arti *Wushlah*, *attishad* yaitu segala hal yang dapat mengantarkan sesuatu

³¹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Kesederhanaan>. 23 Juni 2022.

³² Herma, "Prinsip-Prinsip Dalam Pendidikan Islam (Universal, Keseimbangam, Kesederhanaan)", *Jurnal Al-Ta'dib*, Vol.07, No.02, Juli-Desember 2014, 99-119.

kepada maksud yang diciptakan. Mengutip dari Wilbur Schramm mengatakan bahwa media dalam teknologi informasi dapat digunakan sebagai pembelajaran. Dengan artian bahwa media merupakan alat-alat fisik yang menjelaskan pengajaran atau isi pesan baik dari buku, video kaset, film, slide dan sebagainya.³³

Kehadiran teknologi yang memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media, salah satunya yang paling banyak diminati yaitu *handphone* yang menjadi kebutuhan dalam komunikasi jarak jauh bagi masyarakat. Tidak berhenti disitu saja, teknologi juga menciptakan media dengan berbagai ragam dan sangat menarik. Sehingga dapat dilihat bahwa konvergensi media tidak hanya berbentuk cetak melainkan juga berbentuk elektronik.

Media sosial merupakan sarana interaksi antar manusia yang dikemas dan didesain untuk memperluas hubungan sesama dengan bantuan jejaring internet.³⁴ Sejatinya manusia dalam dirinya memiliki minat terhadap kejadian-kejadian public dalam komunitas mereka dan cenderung ingin mengetahui tentang komunitas lain selain komunitas mereka. Mereka senang berinteraksi dan bertukar informasi dengan orang lain sehingga

³³ Aminuddin, "Media Dakwah", *Al-Munzir*, Vol.09, No.02, November; 2016, 344-363.

³⁴ Syamsuddin Fahmi Gunawan, Akbar, Abdul Muiz, *Religion Society & Sosial Media* (Yogyakarta: Grup Penerbitan Budi Utama, 2018).

memiliki rasa kesenangan dan kegairahan ketika mengetahui dan merasakan sesuatu yang baru.³⁵

Menurut data survey *datareportal.com* hingga bulan Januari 2021 tahun lalu menunjukkan bahwa dari jumlah penduduk Indonesia dengan 275 juta orang sebanyak 73,7% dari jumlah tersebut adalah pengguna internet yang jika di kalkulasikan mencapai 202,6 juta orang.³⁶

Rully Nasrullah dalam kutipannya Manovich mengatakan bahwa perangkat computer tidak hanya sebagai penghubung antara mesin dan manusia dalam jaringan internet. Melainkan sudah menjadi sebuah budaya yang mengatur manusia dalam menggunakan koneksi informasi yang berhubungan dengan data internet.³⁷

Pada pertengahan tahun 1990an pertukaran surat elektronik antara para pengguna computer akhirnya diterima dan meluas khususnya komunikasi bisnis global. Meskipun surat dan obrolan elektronik menggunakan kata-kata tertulis secara fundamental merupakan perluasan dari komunikasi lisan secara tidak terstruktur sehingga dapat memberi ruang kepada perorangan untuk berinteraksi secara spontan tanpa adanya perantara eksternal dari manusia. Perluasan layanan internet dan sumber online semakin memusatkan pada komunikasi bersarana computer (Computer

³⁵ Roger Fidler, *Mediamorfosis: Memahami Media Baru*, (Yogyakarta: Bentang Budaya, 2003), 402.

³⁶ Isfa Kaharmudzakir, Mohamad Ichlas El Qudsi, "Pengaruh Konten Instagram @interstudioofficial dan Opini Mahasiswa terhadap Citra Perguruan Tinggi InterStudi", *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)* Vol 5, No 1, 2022. 127.

³⁷ Farhan, *Trend Media*, 2019.

Madiated Communication, CMC) yang di kembangkan untuk memudahkan pertukaran informasi.³⁸

Mengutip dari Rohani bahwasanya media merupakan *medium* sebagai penyampai atau pembawa suatu pesan. Medium ini digunakan sebagai jalan atau alat bantu sampainya pesan dari komunikator kepada komunikan.³⁹

Munculnya internet disebut sebagai media komunikasi dan yang paling penting hal ini tidak terlepas dari karakteristik internet itu sendiri yang berbeda dengan komunikasi tradisional lainnya.⁴⁰ Karakteristik media sosial ada jejaring, Interaksi, dan perangkat.

- a. Jejaring tidak hanya di artikan dengan infrastruktur yang menghubungkan antar komputer dan perangkat keras lainnya, melainkan juga menghubungkan antar individu, baik berupa pesan online seperti facebook, email dan instragram. Kendatipun, dengan adanya jejaring akhirnya membentuk komunitas sosial, masyarakat dan budaya.
- b. Interaksi berbeda dengan media tradisional, intraksi media online lebih digunakan dalam bentuk online dengan menggunakan *smarphone* sebagai alat bantu untuk komunikasi secara langsung

³⁸ Fidler, *Mediamorfosis*, 56.

³⁹ Mujiburrahman Samsul Hadi, "Pengaruh Media Realisme Dalam Peran Visual Terhadap Motivasi Belajar Siswa", *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol 03, No.02, Oktober 2018, 71-81.

⁴⁰ Rulli Nasrullah, *Cyber Media*. (Yogyakarta: Idea Press, 2013), 8.

seperti halnya *vlog*, *chat*, *live*, *skypee* yang memungkinkan para penggunanya saling berkomunikasi *face to face* tanpa khawatir adanya ruang dan waktu.

- c. Perangkat teknologi disini merupakan perangkat keras yang digunakan seperti komputer atau bahkan jaringan lunak yang terhubung dengan internet. Dimana hal tersebut dapat memudahkan penggunanya dalam membawanya dan menggunakannya seperti *smarphone* dan lain sebagainya.

Media sosial yang setiap tahunnya berkembang sangat pesat dan yang paling jencar digunakan oleh para remaja dan masyarakat di Indonesia diantaranya;

- a. Facebook

Facebook merupakan sosial media yang populer sejak tahun 2007. Facebook membuat banyak perubahan dalam bidang komunikasi, ekonomi dan politik di Indonesia. Adanya facebook khalayak dapat menggunakan komunikasi interpersonal, komunikasi intrapersonal, komunikasi kelompok bahkan komunikasi massa.⁴¹

Facebook merupakan situs jaringan sosial yang di buat oleh Mark Zuckerberg. Facebook per 2011 lalu memiliki anggota lebih

⁴¹ Amelia Virginia, "Pergeseran Budaya Komunikasi Pada Era Media Baru: Studi Kasus Penggunaan Facebook Oleh Digital Natives", *Jurnal Komunikasi Indonesia*, Vol.01, No.02, Oktober 2012. 77-85.

dari 500 juta penggunanya. Dan penggunanya kebanyakan dari kalangan remaja.⁴²

b. Whatshapp

Whatsapp didirikan pada tahun 2009 oleh Jan Koum dan Brian Acton, Whatsapp merupakan sebuah aplikasi untuk berkirim pesan, foto, vidio, panggilan vidio, pesan suara (Voice Note), dan berbagai bentuk dokumen lainnya dengan bantuan jejaring internet.⁴³

Whatsapp merupakan aplikasi yang mirip dengan *blackberry messenger* juga sebagai aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan bertukar pesan tanpa adanya biaya sms karena penggunaan whatsapp yaitu paket data internet.⁴⁴

c. Instagram

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto, dengan menerapkan filter digital. Instagram berasal dari “Insta” dan “Gram”. Insta berasal dari kata instan yang memiliki artian dapat membagikan foto atau vidio secara instan. Sedangkan gram yang

⁴² Rudy Kustijono, Titin Sunarti, Hermin Budiningarti, “Penggunaan Facebook Sebagai Media Inovatif Dalam Pembelajaran SMP dan SMA di Perguruan Muhammadiyah Wiyung Surabaya”, *Jurnal ABDI*, Vol.03, No.02, Januari 2018. 68-75.

⁴³ I Made Pustikayasa, “Grup Whatsapp Sebagai Media Pembelajaran (Whatsapp Group As Learning Media)”, *Widya Genitri: Jurnal Ilmiah Pendidikan, Agama dan Kebudayaan Hindu*, Vol. 10, No. 02, 2019.53-62.

⁴⁴ Ninah Hasanah, “Variasi Keformalan Bahasa Model Martin Joos Pada Grup Whatsapp ‘Ipi Garut’”, *CARAKA; Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia serta Bahasa Daerah*, Vol.09, No. 02, Juni 2020, 72-82.

berasal dari telegram yang memiliki arti dapat membagikan foto dan video dengan cepat.⁴⁵

Mengutip dari arkan dan wulan yang mengambil pendapat salamoan bahwasanya instagram merupakan bagian dari Facebook sehingga dapat memungkinkan teman facebook kita dapat juga mengikuti instagram kita. Instagram ini diciptakan agar para pemilik *smartphone* mesara kamera yang terpasang tidak sia-sia. Dalam instagram juga bisa mengedit foto terlebih dahulu sebelum di unggah. Foto-foto yang di unggahnya juga memiliki keterbatasan dan durasi untuk video maksimal hanya 60 detik.⁴⁶

d. Line

Line merupakan media sosial yang memfasilitasi pesan instan (instan message) yang berasal dari perusahaan Jepang yaitu NHN Corporation.⁴⁷ Line dirilis pada Juni 2011, fungsi penggunaan Line dapat mengirim pesan teks, gambar, video, pesan suara, dan lain sebagainya. Line merupakan aplikasi mengirim pesan yang terlaris pada 42 Negara. Line menggunakan nomor handphone

⁴⁵ Cindie Sya'bania Feroza, Desy Misnawati, "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan", *Jurnal Inovasi*, Vol.14, No.01, 2020. 32-41.

⁴⁶ Arkan Shaleh, Wulan Furrie, "Peran Public Relations Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat Di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun Instagram @puskesmascilincing)", *Jurnal Lugas*, Vol.04, No.01, Juni 2020, 9-16.

⁴⁷ Ditha Prasanti, Sri Seti Indriani, "Interaksi Sosial Anggota Komunitas Let's Hijrah Dalam Media Sosial Group Line", *Jurnal The Messenger*, Vol. 09, No. 02, Juli 2017, 143-152.

sebagai teman kontak pada Line, sehingga semua kontak smartphone akan otomatis menjadi kontak dalam Line.⁴⁸

e. Twitter

Twitter didirikan oleh Jack Dorsey pada maret 2006 dan diluncurkan pada bulan Julinya. Twitter termasuk pada sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di Internet dan memiliki jurlukan “pesan singkat dari Internet”. Dalam twitter pengguna hanya bisa membaca kicauan, sedangkan pengguna yang sudah terdaftar bisa menulis kicauan melalui pesan singkat (SMS), antar muka situs web, dan berbagai aplikasi perangkat seluler.⁴⁹

f. Blackberry Messenger

Blackberry Messenger merupakan aplikasi pesan instan yang unik dan aman dengan menggunakan PIN dalam mengirim pesan dari perangkat ke pererangkat.⁵⁰

4. Pesantren

Pesantren merupakan lembaga pendidikan berbasis keagamaan dimana dalam pesantren terdapat murid (santri) dan guru (kiai). Pondok Pesantren merupakan gabungan dari dua kata yaitu pondok dan pesantren. Pondok

⁴⁸ Naldo, Hardika Widi Satria, “Studi Observasi Terhadap Penggunaan Aplikasi Line oleh Generasi Millennial”, *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, Vol. 01, No. 01, Juli-Desember 2018.

⁴⁹ Irfani Zukhrufillah, “Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif”, *Al-I’Lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 01, No. 02, Maret 2018, 102-109.

⁵⁰ Mohammad Ridha Fauzan, “Analisis Penggunaan Afiks Bahasa Indonesia Dalam Status Blackberry Messenger Mahasiswa Kelas C Angkatan 2012 Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia”, *Jurnal Bahasa dan Sastra*, Vol. 02, No. 02, 2017. 61-76.

berasal dari bahasa arab yang berarti *funduq* (فندق) yang memiliki arti hotel atau asrama. Kendatipun, pondok di artikan sebagai madrasah atau asrama untuk mengaji dan belajar agama.

Pesantren berasal dari kata santri yang mendapat awalan pe dan akhiran an. Sedangkan kata santri berasal dari istilah shastri yang diambil dari bahasa Sanskerta yang bermakna orang-orang yang mengetahui kitab suci hindu atau seorang sarjana ahli kitab suci Hindu.

Secara istilah pondok pesantren merupakan tempat pendidikan yang menyelenggarakan kegiatan pembelajaran agama islam bagi santri yang diasuh langsung oleh kiai yang kemudian tinggal dan bermukim bersama dalam satu tempat (lokasi). Kendatipun, KH. Abdurrahman Wahid (GusDur) memaknai pesantren sebagai sebuah tempat tinggal santri.⁵¹

Pondok pesantren merupakan aset budaya asli Indonesia dengan visi-misi membina, mendidik, membimbing dan mengasuh santri untuk menjadi manusia yang berkarakter ketaqwaan dan keimanan yang tinggi, memiliki pola pikir kritis, menguasai ilmu dan teknologi, dan mampu mengembangkan serta mengaplikasikan potensi dalam kehidupan sehari-

⁵¹Abusyuja.com, “pengertian pondok pesantren Secara Bahasa dan Istilah”, 2021. Diakses 22 Juni 2022. <https://www.abusyuja.com/2019/10/pengertian-pondok-pesantren-secara-bahasa-istilah.html>.

hari. Dan juga sebagai benteng terakhir dalam mencetak kader da'I muda yang kompeten dalam berdakwah.⁵²

a. Model-model Pesantren

- 1) *Pesantren Salafiyah* merupakan pesantren yang menyelenggarakan pendidikan berdasarkan kitab-kitab yang disusun oleh para ulama-ulama salaf dan kiai sebagai figure sentral. Dan tidak menyelenggarakan pendidikan formal seperti TK, SD, SMP, SMA dan sebagainya.
- 2) *Pesantren Kholaf (Modern)* merupakan pesantren yang menyelenggarakan pendidikan dengan management modern. Central pendidikannya tidak berpusat pada kiai tetapi pada system dalam bentuk kurikulum dan administrasi pendidikan.
- 3) *Pesantren Perpaduan Salaf dan Kholaf* merupakan pesantren yang menyelenggarakan pengajaran kitab-kitab kuning (klasik) dengan kiai sebagai figure sentral. Akan tetapi juga menyelenggarakan pendidikan formal seperti SD/MI, SMP/MTS, MA/SMA/SMK dan sebagainya. dan hal ini mulai banyak di kembangkan oleh para ulama Nahdlatul Ulama (NU).

⁵²Nur Aisyah, Sawiyatin Rofiah, "Dakwah Modern Pada Era Konvergensi Media; Studi Kasus YouTube Pondok Pesantren Nurul Jadid", *Dakwatuna; Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol.08, No.02, Agustus 2022. 110-126.

b. Elemen Dasar Pesantren

1) Pondok

Pondok merupakan bangunan yang fungsinya sebagai tempat tinggal santri dengan fasilitas yang sangat sederhana.

2) Masjid

Masjid sebagai tempat beribadah yang secara otomatis menjadi komponen yang tidak bisa dipisahkan dari pondok pesantren.

3) Santri

Santri merupakan sebutan untuk para peserta didik yang belajar di pondok pesantren.

4) Pengajian Kitab

Pengajian kitab kuning (klasik) merupakan kitab-kitab klasik yang dijadikan sebagai pembelajaran dalam pesantren dengan metode sorogan dan bandongan. Dimana sorogan bisa diartikan dengan system pengajaran individual yaitu santri yang membaca kitab dan kiai mendengarkan sekaligus membenarkan. Sedangkan bandongan merupakan sistem pengajaran yang kolektif, dimana santri yang mendengarkan sedangkan kiai yang membaca dan menerangkan kitab-kitab.

5) Kiai

Kiai merupakan ulama yang menjadi sentral dalam pesantren. Peran kiai dalam pesantren sangat penting sehingga tidak hanya sebagai tenaga pengajar. Karena kiai juga berperan sebagai pendidik, Pembina dan pemberi solusi dalam setiap persoalan kehidupan santri dan masyarakat.

Pesantren memiliki lingkaran kekhasan dan keunikan tersendiri, dimana ciri khas tersebut tergambar dari hubungan antara kiai dan santri serta keta'dzimannya, kemandirian, kesederhanaan, gotong royong, persaudaraan, dan terlatih hidup disiplin.⁵³

5. Analisis Isi

Analisis merupakan proses yang digunakan untuk mengatur dalam mengurutkan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar.⁵⁴ Untuk memperoleh arti dari data melalui interpretasi data, maka dapat menggunakan teknis analisis. Analisis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kualitatif. Ciri analisis kualitatif adalah bersifat penjelasan (deskripsi).

Dalam analisis yang lebih utama adalah merumuskan tujuan analisis karena hal tersebut merupakan bangunan konstruksi yang dibuat untuk

⁵³ Ahmad Fawaid, Uswatun Hasanah, "Pesantren dan Religious Authoritative Parenting: Studi Kasus Sistem Wali Asuh di Pondok Pesantren Nurul Jadid, *Ilmu Ushuluddin*, Vol.19, No.01, Januari-Juni 2020. 27-40.

⁵⁴ Arikunto Suharsimi, *Manajemen Penelitian*. (Jaka: Rineka Cipta, 2005).44.

menjawab tujuan penelitian. Kendati demikian, dalam penelitian yang hanya menggambarkan makna pesan berbeda dengan penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel.

Analisis isi merupakan metode utama dari ilmu komunikasi. Analisis isi kebanyakan digunakan untuk menganalisis isi media baik berupa media cetak atau bahkan elektronik. Disamping keduanya analisis isi juga bisa digunakan untuk menganalisis isi semua konteks komunikasi baik komunikasi antar pribadi, antar kelompok bahkan antar organisasi. Yang terpenting dalam berjalannya analisis isi yaitu adanya dokumen untuk di analisis.⁵⁵

Mengutip dari Phillip Mayring yang mengatakan bahwa analisis isi merupakan analisis mendalam yang dapat menggunakan teknik kuantitatif dan kualitatif terhadap pesan-pesan dengan menggunakan metode ilmiah dan tidak terbatas pada jenis-jenis variabel yang dapat diukur atau konteks tempat pesan-pesan diciptakan atau disajikan.

Secara kualitatif, analisis isi dapat melibatkan suatu jenis analisis yang berupa isi komunikasi baik berupa teks tertulis, percakapan, fotografi, wawancara dan lainnya yang di kategorikan dan diklasifikasikan.

⁵⁵ Eriyanto , *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011). 11.

Pendekatan kualitatif untuk analisis isi berakar pada teori sastra, ilmu-ilmu sosial dan para pakar kritis.⁵⁶

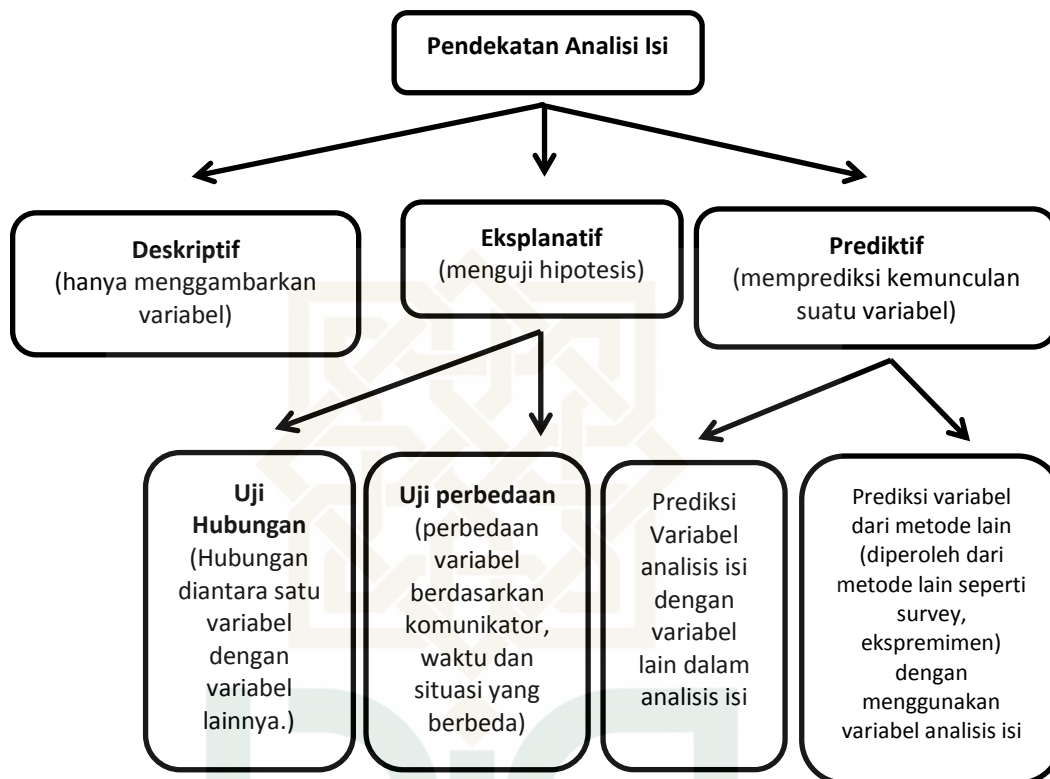
Ide utama dari prosedur analisis yaitu untuk memelihara keuntungan dari analisis isi kuantitatif yang dikembangkan dalam ilmu komunikasi yang kemudian mentransfer dan mengembangkannya ke dalam langkah-langkah analisis kualitatif-interpretatif.

Kendatipun, objek dalam analisis isi (kualitatif) dapat berupa segala jenis komunikasi yang direkam baik berupa transkrip wawancara, protocol observasi, wacana, dokumen, video tape dan lain sebagainya. Dimana analisis isi tidak memfokuskannya dalam menganalisis hal yang berkaitan dengan yang tampak (manifest).⁵⁷

Pendekatan analisis isi ada tiga bagian diantaranya; *pertama*, analisis deskriptif, *kedua*, analisis eksplanatif dan yang *ketiga*, analisis prediktif. Yang mana, dalam analisis isi deskriptif hanya sebatas untuk menggambarkan sebuah pesan, sedangkan analisis isi eksplanatif yaitu berusaha untuk menguji hubungan antar variabel, begitu pula dengan analisis isi prediktif yaitu untuk memprediksi variabel lain dengan menggunakan suatu variabel. Berikut uraian tentang pendekatan analisis isi;

⁵⁶ Prof. Dr. Emzir, M.Pd, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Isi Data; Model Bogdan & Biklen, Model Miles & Hubermann, Model Strauss & Corbin, Model Spradley, Analisis Isi Model Philipp Mayring, Program Komputer NVivo*. (Jakarta; PT Rajagrafindo Persada, 2016). 283.

⁵⁷ *Ibid.*, 285.



Gambar 1: Pendekatan Analisis Isi.⁵⁸

Analisis deskriptif ini menggambarkan dengan detail terhadap suatu pesan atau teks. Dengan artian menggambarkan karakteristik dan aspek-aspek dari suatu pesan.⁵⁹

Kendati demikian, analisis isi kualitatif menurut Phillip Mayring memiliki dua kategori yaitu pengembangan kategori induktif dan aplikasi kategori deduktif. Ide utama dari prosedur analisis ini bertujuan untuk

⁵⁸ Eriyanto, *Analisis Isi*, 46.

⁵⁹ *Ibid*, 47.

mengambil keuntungan dari analisis kuantitatif yang kemudian dikembangkan dalam analisis kualitatif.⁶⁰

Dalam makalah yang berjudul *Qualitative Content Analysis* karya Phillip Mayring menjabarkan ide dasar analisis konten dalam bidang komunikasi berdasarkan empat hal;

- a. Menyesuaikan materi ke dalam model komunikasi,
- b. Aturan analisis; materi yang dianalisis secara bertahap mengikuti aturan prosedur dengan membagi dalam bentuk satuan,
- c. Kategori merupakan pusat dari analisis. Aspek-aspek interpretasi teks mengikuti pertanyaan penelitian, yang kemudian dimasukkan ke dalam kategori. Kategori yang ditemukan kemudian direvisi dalam bentuk analisis,
- d. Kriteria kredibilitas dan validitas.⁶¹

Adapun prosedur analisis isi menurut philipp mayring sebagai gambar berikut;

- a. Membuat pertanyaan penelitian.
- b. Penentuan definisi kategori (kriteria seleksi) dan level abstraksi untuk kategori induktif.
- c. Tahap perumusan kategori diluar materi, subsumsi kategori lama atau perumusan kategori baru.

⁶⁰ Emzir, *Metodologi Penelitian*, 287.

⁶¹ Moleong, *Makalah berjudul Quallitative Content Analysis*, Phillip Mayring. 2007, 222-224.

- d. Melakukan revisi kategori setelah 10-15 % dari materi, cek formatif reliabilitas.
- e. Pekerjaan akhir dari keseluruhan teks, pengecekan sumatif reliabilitas.
- f. Menginterpretasikan hasil, evaluasi tahap analisis kuantitatif (frekuensi)



Gambar 2: Prosedur Analisis Isi Philipp Mayring.⁶²

⁶² Prosedur Analisis Philip Mayring. 288.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan pengetahuan mengenai langkah-langkah yang sistematis dalam pencarian sebuah data yang diambil kesimpulannya dan dicarikan jalan keluarnya. Mengutip dari Muhammad Natsir dalam bukunya “Metode Penelitian” mengatakan bahwa penelitian merupakan suatu penyidikan yang sangat hati-hati dan secara terus-menerus untuk memecahkan suatu masalah.⁶³

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian dalam tradisi ilmu sosial yang mengamati gerak-gerik manusia. Menurut Arif Furchan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif baik berupa lisan, tulisan atau bahkan perilaku yang dapat diamati oleh orang-orang (subyek) itu sendiri.⁶⁴ tujuan dari penelitian deskriptif ini untuk membuat deskripsi pada gambaran secara sistematis, akurat dan factual tentang fakta, sifat dan hubungan antar fenomena yang diselidiki.⁶⁵

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode analisis isi kualitatif oleh Phillip Mayring. Menurut Krippendorff analisis isi bukan sekedar menjadikan isi pesan menjadi objeknya, melainkan lebih

⁶³ Muhammad Natsir, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Ghalia Indonesia, 1999). 5.

⁶⁴ Arief Furchan, *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif Suatu Pendekatan Fenomelogis Terhadap Ilmu-Ilmu Sosial* (Surabaya; Usaha Nasional, 1992).

⁶⁵ Natsir, *Metodologi Penelitian*, 5.

terkait pada konsepsi yang lebih baru tentang gejala simbolik dalam dunia komunikasi. Digunakan pendekatan kualitatif pada penelitian ini dikarenakan sebuah pertimbangan dari perumusan masalah, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu peneliti ingin mengetahui (mengidentifikasi) apa saja pesan-pesan yang terdapat dalam media pesantren Nurul Jadid.⁶⁶

2. Penentuan Sumber Data

Langkah awal yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu mengumpulkan data-data yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Sumber data ini terdiri dari:

a. Sumber data primer

Data primer merupakan data yang bersumber dari yang pertama atau sumber asli. Data ini merupakan data dari narasumber ataupun responden yaitu orang yang menjadi objek dalam penelitian atau orang yang menjadi sumber informasi.⁶⁷

Data primer dalam penelitian ini adalah admint Enjhe Picture yang berperan sebagai narasumber dalam penelitian ini.

⁶⁶ Frieda Isyana Putri, Triyono Lukmantoro, dr hapsari Dwiningtyas, "Teknik-teknik Persuasif dalam media sosial (Studi analisis isi kualitatif pada akun mentor parenting Ayah Edy di YouTube)", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2015. 1-9.

⁶⁷ Umi Narimawati, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Teori dan Aplikasi* (Bandung: Agung Media, 2008), 98.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang bersumberkan tidak langsung yang diberikan kepada pengumpul data.⁶⁸ Dapat dikatakan bahwa data sekunder merupakan data pelengkap atau pendukung dalam penelitian. Data ini merupakan data yang berupa kepustakaan atau teori-teori yang berkaitan dengan objek penelitian yang mendukung.

Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku (literatur), internet, foto-foto, artikel yang berhubungan dengan konsep analisis yang digunakan penulis, yakni analisis isi model Philipp mayring.

3. Teknik Pengumpulan Data

Karena penelitian ini bercorak pada penelitian analisis teks media yaitu studi media atau analisis isi kualitatif yang disebut sebagai *Ethnographic Content Analysis (ECA)*, yang memfokuskan pada isi komunikasi yang tersurat (tampak/manifest).⁶⁹ Maka teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dimulai dengan mengumpulkan berbagai pesan dari media Instagram dan YouTube yang kemudian dikelompokkan dalam kategori-kategori yang sudah ditentukan.

⁶⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfabeta, 2007),402.

⁶⁹ Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta: kencana Prenada Media Group, 2006), 251.

Dalam pengumpulan data disini, peneliti menggunakan teknik dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data tertulis yang bersifat online atau dari internet seperti dari media Instagram dan YouTube pesantren Nurul Jadid.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengumpulan data setelah data terkumpul.⁷⁰ Analisis data juga dapat diartikan sebagai proses pencarian data dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh. Baik secara lapangan, wawancara, dan bahan-bahan lainnya sehingga mudah untuk dipahami.

Proses analisis data pada penelitian ini menggunakan teori analisis data kualitatif dengan teori analisis milik Philipp Mayring. Dimana dalam prosedur analisis isi kualitatif Philipp Mayring ada dua pendekatan yang menjadi sentral diantaranya pengembangan kategori induktif dan aplikasi kategori deduktif.⁷¹

a. Pengembangan Kategori Induktif

Analisis isi kuantitatif memiliki beberapa jawaban untuk pertanyaan tentang dimana kategori-kategori datang, bagaimana sistem kategori-kategori itu dikembangkan.

⁷⁰ Sugiyono, *metode Penelitian*, 336.

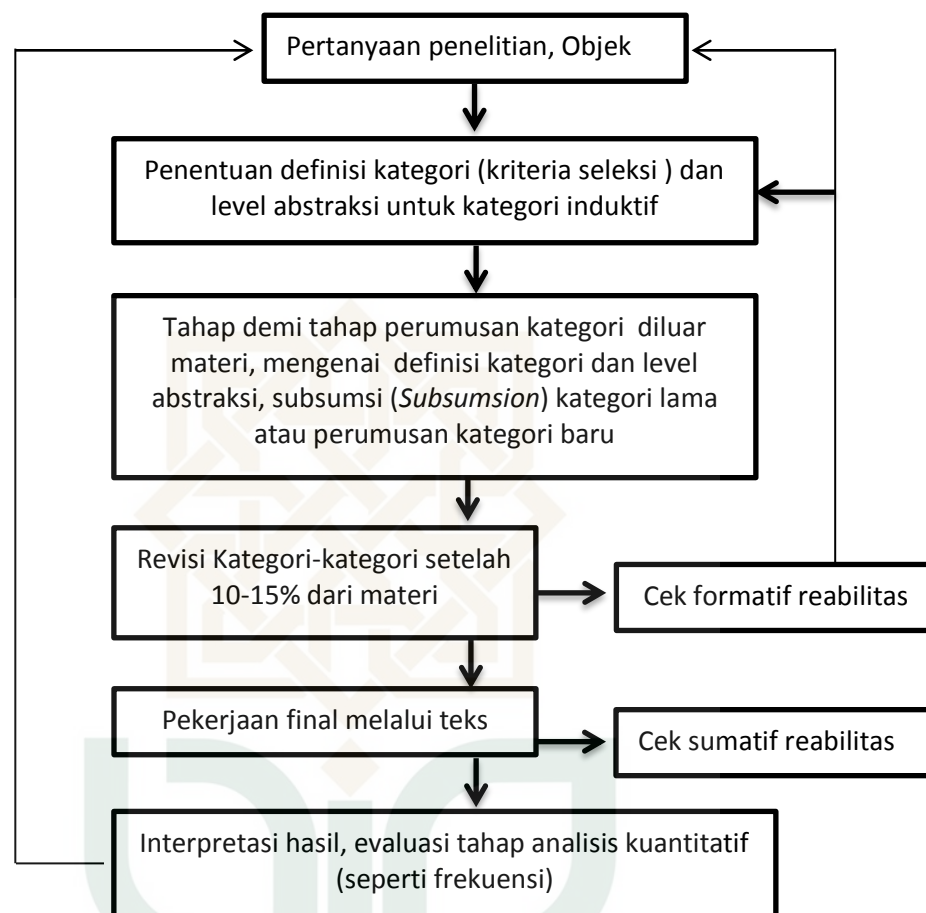
⁷¹ Emzir, *Metodologi Penelitian*, 287.

Tetapi, didalam kerangka kerja pendekatan kualitatif menjadi perhatian sentral untuk mengembangkan aspek-aspek interpretasi, kategori-kategori, sedekat mungkin dengan materi untuk merumuskannya dalam istilah-istilah dari materi.

Untuk itu analisis isi kualitatif telah mengembangkan prosedur pengembangan kategori induktif yang diorientasikan pada proses reduktif yang diformulasikan didalam psikologi pemrosesan teks.

Adapun langkah-langkah Pengembangan Kategori Induktif diantaranya;

- 1) Membuat pertanyaan penelitian.
- 2) Penentuan definisi kategori (kriteria seleksi) dan level abstraksi untuk kategori induktif.
- 3) Tahap perumusan kategori diluar materi, subsumsi kategori lama atau perumusan kategori baru.
- 4) Melakukan revisi kategori setelah 10-15 % dari materi, cek formatif reliabilitas.
- 5) Pekerjaan akhir dari keseluruhan teks, pengecekan sumatif reliabilitas.
- 6) Menginterpretasikan hasil, evaluasi tahap analisis kuantitatif (frekuensi).



Gambar. 3: langkah Pengembangan Kategori Model Induktif.⁷²

Ide pokok dari prosedur ini ditujukan untuk merumuskan suatu kriteria dari definisi yang diturunkan terhadap latar teoritis dan pertanyaan penelitian, yang menentukan aspek-aspek dari materi tekstual yang telah diperhitungkan. Mengikuti kriteria ini materi tersebut dikerjakan melalui kategori-kategori yang bersifat sementara dan tahap demi tahap dideduksi. Didalam sebuah lingkaran umpan balik kategori-kategori ini direvisi, dan akhirnya direduksi menjadi kategori-kategori pokok dan dicek sehubungan

⁷² *Ibid.*, 288.

dengan reabilitasnya. Jika pertanyaan penelitian menyarankan aspek-aspek kuantitatif (seperti frekuensi kategori yang dikodekan) dapat dianalisis.

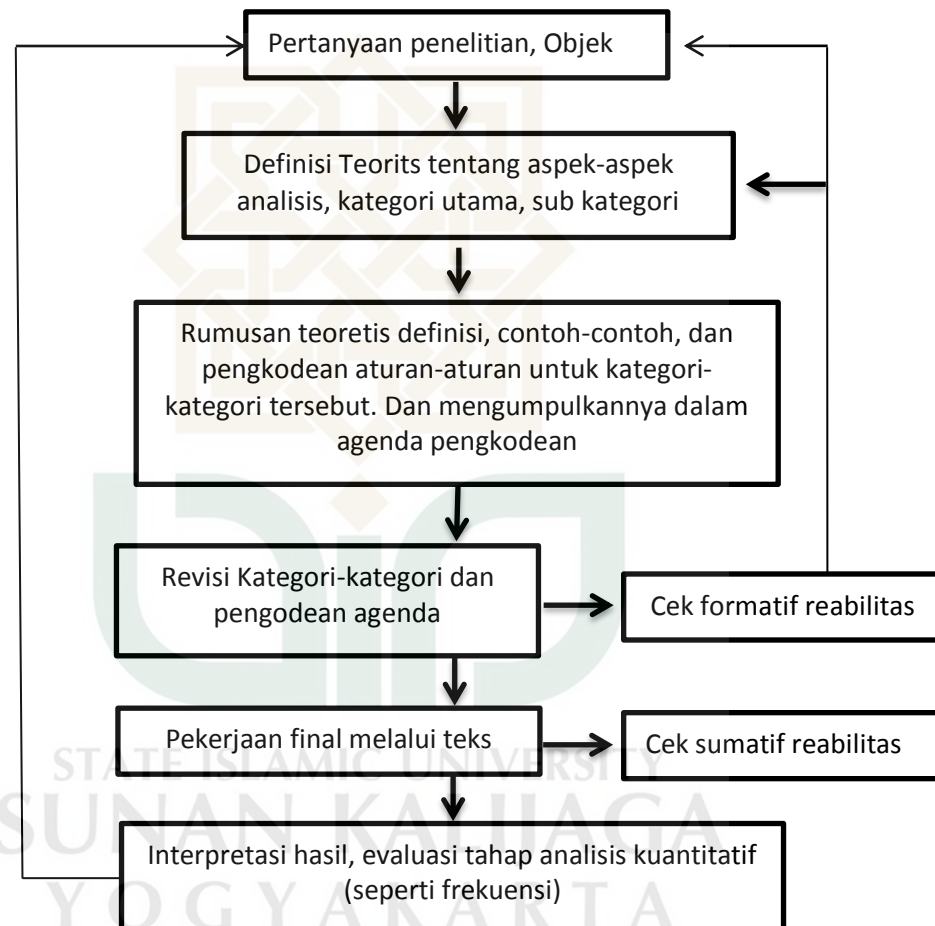
b. Aplikasi Kategori Deduktif

Aplikasi kategori deduktif ini bekerja dengan prioritas yang diformulasikan, aspek-aspek analisis yang diderivasikan secara teoritis membawanya kedalam hubungan dengan teks. langkah analisis kualitatif terdiri atas suatu pemilihan kategori suatu bagian dari teks terkontrol secara metodologis. Bahkan jika beberapa prosedur analisis teks memproses tahap tersebut, hal itu juga dideskripsikan secara buruk. Disini model langkah tersebut di dalam analisis isi kualitatif sebagai berikut;

Adapun langkah-langkah aplikasi kategori deduktif diantaranya;

- 1) Membuat pertanyaan penelitian.
- 2) Mendefinisikan secara teoritis tentang aspek-aspek analisis, kategori utama dan subkategori
- 3) Tahap perumusan teoritis terkait definisi, contoh-contoh dan kode aturan serta kategori-kategori yang telah dirumuskan. Dan dikumpulkannya dalam agenda pengkodean.
- 4) Melakukan revisi kategori-kategori dan pengkodean agenda, kemudian pengecekan formatif reliabilitas.

- 5) Pekerjaan akhir dari keseluruhan teks, pengecekan sumatif reliabilitas.
- 6) Menginterpretasikan hasil, evaluasi tahap analisis kuantitatif (frekuensi).



Gambar. 4: Langkah Aplikasi Kategori Model Deduktif.⁷³

⁷³ *Ibid.*, 289.

Jadi ide pokok ini adalah untuk memberikan definisi-definisi yang eksplisit, contoh-contoh yang menyangdingkan aturan-aturan untuk setiap kategori deduktif, menentukan secara pasti dibawah keadaan apa sebuah bagian teks dapat dikodekan /diberi kode dengan sebuah kategori. Definisi-definisi kategori itu ditempatkan satu sama lain dalam suatu agenda pengkodean.

Adapun langkah-langkah dalam penelitian ini mengikuti konsep Philipp Mayring diantaranya;

1. Membuat pertanyaan penelitian yang biasa disebut dengan rumusan masalah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis isi pesan kesederhanaan dalam media YouTube dan Instagram pesantren Nurul Jadid?
2. Membuat kategori/melakukan pemisahan kategori yang termasuk dalam pesan kesederhanaan media YouTube dan Instagram.
3. Mencari data dalam teks (Vidio atau Gambar) dalam Channel YouTube dan akun Instagram pesantren Nurul Jadid.
4. Melakukan revisi kategori ketika perkategorian sudah mencapai 10-15%. Pada langkah ini disertai dengan pengecekan reabilitas atau keabsahan secara formatif (pengecekan yang dilakukan disetiap masing-masing kategori).

5. Pekerjaan akhir dari keseluruhan teks. Pada langkah ini pengecekan secara keseluruhan kategori dilakukan atau biasa disebut sebagai pengecekan secara sumatif.
6. Langkah terakhir yaitu menginterpretasikan hasil dari masing-masing kategori.

Adapun pengkategorian pesan dalam media sosial pesantren Nurul Jadid terbagi menjadi 3 kategori diantaranya Aqidah, Akhlak dan Syariah. Kategori Aqidah yaitu berasal dari kata Al-Aq'du yang berarti pengikatan atau mengikat sesuatu. Yang berupa apa saja yang diyakini oleh seseorang.⁷⁴ Sedangkan relevansi kata “Aqdan” yang memiliki artian ikatan, simpul, kokoh dan perjanjian dengan “Aqidah” yang berarti keyakinan dapat diambil kesimpulannya bahwa keyakinan itu terikat dengan kokoh dalam hati, yang mengandung perjanjian dan bersifat mengikat.⁷⁵

Kendati demikian, kategori pesan akidah dapat diambil pengertian bahwa pesan-pesan yang berkaitan dengan persoalan Allah dan unsur-unsurnya. Seperti halnya meyakini Allah,

⁷⁴Shoma Noor Firda Inayah, Siti Malaiha Dewi, “Analisis Pesan Dakwah Akidah, AKhlak dan Syari’ah dalam Novel Hati Suhita Karya Khilma Anis”, *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus*, Vol.08, No.02, Desember 2021. 235-254.

⁷⁵Marhuda, *Studi Analisis*, 50-67.

Malaikat, Kitab, Rasul, Hari Kiamat, Qadha' dan Qadhar, dan lain sebagainya.

Sedangkan kategori Akhlak yaitu diambil dari kata Khuluq yang memiliki arti etika atau adab yang dapat mengendalikan seseorang dalam berbuat dan bersikap. Akhlak kaitannya terbagi menjadi dua hal yaitu akhlak mahmudah dan akhlak mazmudah. Dimana akhlak yang baik akan membentuk pribadi yang baik pula, begitu sebaliknya akhlak yang buruk akan memberikan perilaku yang kurang baik.⁷⁶ Dalam penelitian ini kategori akhlak yaitu yang berkaitan dengan pesan dalam gambar atau video yang memiliki artian syukur, Ikhlas, birrul walidain, sabar dan sebagainya.

Kendatipun dengan kategori Syariah yaitu segala sesuatu atau seperangkat norma yang mengatur masalah tentang tata cara beribadah kepada Allah dan bermuamalah dengan manusia.⁷⁷ Dengan kata lain segala sesuatu yang Allah tetapkan dalam kitabnya (Al-qur'an) melalui lisan Rasulnya (As-Sunnah) sebagai pedoman dalam kehidupan hamba-hambanya untuk meraih kebahagiaan dunia akhirat.

⁷⁶ Malaiha, *Analisis Pesan*, 235-254.

⁷⁷ Marhuda, *Studi Analisis*, 50-67.

Dimana dalam kategori syariah terdapat dua sub kategori yaitu ibadah dan muamalah. Nilai ibadah seperti sholat, puasa, zakat, haji dan jihat fisabilillah. Sedangkan muamalah berhubungan dengan manusia kepada sesamanya seperti halnya hukum nikah, hukum pidana, jihad dan sebagainya.⁷⁸ Dapat ditarik kesimpulan bahwa kategori syariah ini berkaitan dengan hal nyata dalam menaati segala peraturan dan hukum Allah untuk mengatur pergaulan dalam hidup antar sesama manusia. Dimana dalam media sosial pesantren Nurul Jadid dikaitkan dengan pesan-pesan sholat, doa dan sebagainya.

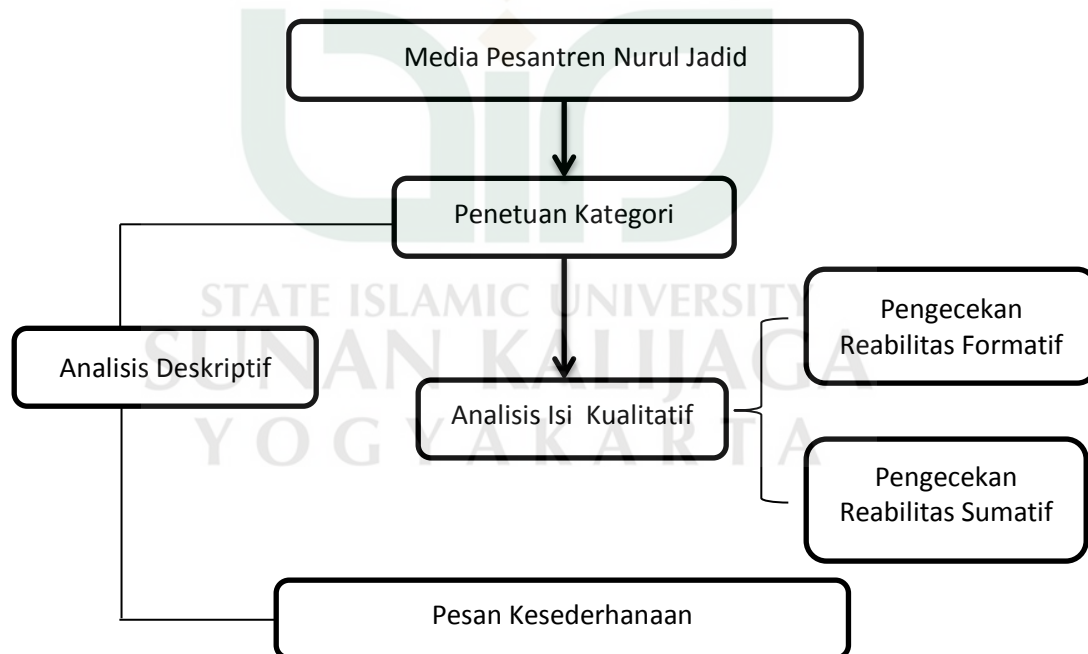
No.	Kategori Pesan	Sub Kategori
1.	Aqidah	Iman Kepada Allah, Malaikat, Kitab, Rasul, Hari Kiamat, Qadha' dan Qadhar.
2.	Akhlaq	Syukur Ikhlas Birrul Walidain Sabar Sopan santun Menghormati yang lebih Tua

⁷⁸ Malaiha, *Analisis Pesan*, 235-254.

		dan menyayangi yang lebih muda.
3.	Syariah	Ibadah (sholat, puasa, zakat, haji, jihat fisabilillah dan sebagainya). Muamalah (hukum nikah, hukum pidana, jihad dan sebagainya).

Tabel 1; Pengkategorian pesan dalam media sosial pesantren Nurul Jadid.⁷⁹

G. Kerangka Fikir



Gambar. 5 : Kerangka Berfikir⁸⁰

⁷⁹ Pengkategorian Pesan dalam Media Pesantren Nurul Jadid.

⁸⁰ Kerangka Berfikir, *Olahan Data Penelitian*.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan deskripsi umum terkait tahap-tahap ulasan yang akan dijabarkan oleh peneliti dalam sebuah penelitian. Hal ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menganalisa isu secara terstruktur, hingga pada akhirnya antara bab satu dengan bab lainnya mempunyai korelasi. Untuk sistematika penulisan dalam tesis yang berjudul **“Pesan Kesederhanaan Dalam Media Sosial Nurul Jadid; Analisis Isi Pesan Dakwah Pesantren”** sebagaimana berikut;

BAB 1 : Pendahuluan, adalah bab yang menjadi landasan penelitian. Peneliti mendeskripsikan hal-hal yang berhubungan dengan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, kerangka fikir dan sistematika penulisan.

BAB II : Berisi tentang gambaran umum media pesantren Nurul Jadid, Sejarah Pesantren, Dakwah Pesantren dan unsur-unsurnya, sebagai tesis dan sintesisnya bagaimana melihat konsep pesan kesederhanaan media pesantren Nurul Jadid seperti apa, dan bagaimana konsep tersebut ketika digabungkan dengan dakwah media.

BAB III : Pembahasan dan analisis data yaitu menguraikan hasil penelitian tentang analisis pesan kesedernaan yang dimiliki oleh media pesantren Nurul Jadid.

BAB IV : Penutup, pembahasan dalam bab ini mencakup kesimpulan dan saran-saran. Saran bertujuan untuk memberi masukan untuk seluruh pihak.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Media sosial pesantren Nurul Jadid merupakan objek dalam penelitian ini, data yang disajikan berupa data-data yang diambil dari potongan-potongan pesan dari video YouTube dan gambar-gambar dari media Instagram. Analisis data dalam penulisan ini menggunakan metode analisis isi (*Content analysis*) yang sering dinamakan dengan kajian isi. Mengutip dalam pandangan Holsti bahwasanya kajian isi ini merupakan teknik yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan. Dan hal itu dilakukan secara objektifitas dan sistematis.

Media sosial pesantren Nurul Jadid memiliki nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Maka, hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan:

1. Dari berbagai postingan yang ada dalam media YouTube pesantren memiliki nilai dengan sub kategori Akidah, Akhlaq dan Syariah. Analisis isi pesan dalam media Youtube pesantren Nurul Jadid lebih menunjukkan pesan-pesan sebagai konten pemberitaan kegiatan dan News yaitu kreasi-kreasi santri seperti Tadarus, Muhibbus Sholawat. Akan tetapi tetap memiliki nilai dakwah dalam kategori Akidah dan Akhlaqnya yaitu terletak pada postingan Al-Kisah dan Talk With, kendatipun dengan sub

kategori Syariah itu lebih kepada pesan dari pengajian kitab karena semuanya berpatokan kepada kitab dan hal itu mengandung nilai-nilai dakwah dengan semua sub kategori. sehingga untuk pengajian kitab peneliti tidak terlalu fokuskan pada analisisnya.

2. Analisis isi dalam media Instagram pesantren Nurul Jadid sebenarnya sama saja dengan pesan-pesan yang ada di Youtube akan tetapi sedikit perbedaan dalam sub kategori syariah yang peneliti temukan dalam media instagram tersebut kebanyakan dari gambar-gambar yang sifatnya sebagai informasi, seperti halnya informasi puasa rajab, berzakat dan sebagainya.

Kendati demikian, Kesimpulan dari keseluruhan pesan media pesantren dengan teori Philipp Mayring memiliki pesan-pesan dengan sub Kategori Aqidah dan Akhalaq. Analisis isi pesan pada dua media pesantren memiliki nilai pesan kesederhanaan dalam setiap penyampaiannya baik dalam gambar ataupun dalam vidio yang dipostingnya. Kesederhanaan yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu pesan yang sangat mudah dan tidak rumit untuk dimengerti oleh khalayak sehingga tidak lagi membutuhkan penjelasan ulang dan lebih rinci.

B. SARAN

1. Saran Praktis

Dengan mengemban misi *amar ma'ruf nahyi mungkar*, sebaiknya media tetap konsisten menjaga nilai-nilai Islami, salah satunya lebih mengedepankan nilai adil atau keberimbangan media. Artinya media memang siap merealisasikan misi tersebut, yakni mengemas isu informasi sesuai dengan fakta dalam segala aspek baik dan buruknya.

2. Saran Teoritis

Pada kenyataannya, produk berita politik pada kedua media tersebut lebih kepada kategori berita opini. Maka ada yang mesti lebih diperhatikan terkait kelengkapan seluruh item berita (skrip berita), sehingga memberikan kesan bahwa media memang menjaga kualitas produk berita, terlebih kaitannya dengan politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abusyuja.com, “pengertian pondok pesantren Secara Bahasa dan Istilah”, 2021. Diakses 22 Juni 2022. <https://www.abusyuja.com/2019/10/pengertian-pondok-pesantren-secara-bahasa-istilah.html>.
- Agus Triyono, Nifsya Khaira Marhuda, “Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid”, *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 04, No. 01, Januari, 2020.
- Ahidul Asror, *Paradigma Dakwah Konsepsi Dan Pengembangan Ilmu*. (Salakan Baru Sewon Bantul; LKis, 2018).
- Ahmad Avisena, Barkatullah Maulidi, “Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Program Amara Bersholawat Di Radio Samara 96.2 FM Tulungagung”, *Wasilatuna; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 02, No.02, 2019.
- Ahmad Fawaid, Uswatun Hasanah, “Pesantren dan Religious Authoritative Parenting; Studi Kasus Sistem Wali Asuh di Pondok Pesantren Nurul Jadid, *Ilmu Ushuluddin*, Vol.19, No.01, Januari-Juni 2020.
- Akhmad Rifa’I, “E_Dakwah Dalam Pesantren Virtual”, *Millah*, Vol.09, No.01. 2009. Akun Instagram @almunawwir_com.
- Amelia Virginia, “Pergeseran Budaya Komunikasi Pada Era Media Baru: Studi Kasus Penggunaan Facebook Oleh Digital Natives”, *Jurnal Komunikasi Indonesia*, Vol.01, No.02, Oktober 2012.
- Aminuddin, “Media Dakwah”, *Al-Munzir*, Vol.09, No.02, November; 2016.
- Andik Purwasito, *Komunikasi Multikultural*, (Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 2015).
- , “Analisis Pesan ‘Message Analysis’”, *The Messenger*, Vol.09, No.01, Januari 2017.
- Anggita Falestyana Sari, Lutfhi Ulfa Ni’amah, *Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Akun Tiktok @baysasman00)*, Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah, Vol 02, No 01, 2022.
- Ari Wibowo, “Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual”, *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, Vol. 02, no. 02 Juli-Desember 2020.
- Arief Furchan, *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif Suatu Pendekatan Fenomenologis Terhadap Ilmu-Ilmu Sosial* (Surabaya; Usaha Nasional, 1992).
- Arikunto Suharsimi, *Manajemen Penelitian*. (Jaka: Rineka Cipta, 2005).
- Arkan Shaleh, Wulan Furrie, “Peran Public Relations Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat Di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun Instagram @puskesmascilincing)”, *Jurnal Lugas*, Vol.04, No.01, Juni 2020.
- Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya; Al-Ikhlas, 1983).
- Cindie Sya’bania Feroza, Desy Misnawati, “Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan”, *Jurnal Inovasi*, Vol.14, No.01, 2020.

- Dedy Susanto, “Psikoterapi Religius Sebagai Strategi Dakwah Dalam Menanggulangi Tindak Sosiopatic (Studi di Pondok Pesantren Istighfar Semarang), *Konseling Religi; Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, Vol.04, No.01, Juni 2013.
- Ditha Prasanti, Sri Seti Indriani, “Interaksi Sosial Anggota Komunitas Let’s Hijrah Dalam Media Sosial Group Line”, *Jurnal The Messenger*, Vol. 09, No. 02, Juli 2017, 143-152.
- Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011).
- Frieda Isyana Putri, Triyono Lukmantoro, dr hapsari Dwiningtyas, “Teknik-teknik Persuasif dalam media sosial (Studi analisis isi kualitatif pada akun mentor parenting Ayah Edy di YouTube)”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2015.
- H. M. Kholili, “Pondok Pesantren dan Pengembangan Potensi Dakwah”, *Jurnal Dakwah*, Vol. XIII, No. 02. 2012.
- Harisatun Niswa, “Cashless Payment: Portrait E-Money In Pesantren”, *Iqtishadia, Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, Vol.08, No. 02, Desember 2021.
- Hasyim Iskandar, *Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri (AIS) Banyuwangi Melalui Literasi Digital Santri*, (Surabaya; Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana UIN Sunan Ampel. 2018).
- Herma, “Prinsip-Prinsip Dalam Pendidikan Islam (Universal, Keseimbangan, Kesederhanaan)”, *Jurnal Al-Ta’dib*, Vol.07, No.02, Juli-Desember 2014.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Kesederhanaan>, 21 Juli 2022.
- <https://www.nuruljadid.net/13047/grand-opening-osabar-2022-pondok-pesantren-nurul-jadid-tampil-memukau/opening-osabar-1-1>.
- I Made Pustikayasa, “Grup Whatsapp Sebagai Media Pembelajaran (Whatsapp Group As Learning Media)”, *Widya Genitri: Jurnal Ilmiah Pendidikan, Agama dan Kebudayaan Hindu*, Vol. 10, No. 02, 2019.53-62.
- Iis Eka Wulanda, “Dakwah Dalam Media Baru; Studi Kasus Terhadap Jamaah Halaqaha Silsilah Ilmiah DI Yogyakarta”, *Magister Thesis, Uin Sunan Kalijaga*, 2020.
- Ilyas Ismail, Prio Hotma, *Filsafat Dakwah Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2011).
- Irfani Zukhrufillah, “Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif”, *Al-I’Lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 01, No. 02, Maret 2018, 102-109.
- Isfa Kaharmudzakir, Mohamad Ichlas El Qudsi, “Pengaruh Konten Instagram @interstudioofficial dan Opini Mahasiswa terhadap Citra Perguruan Tinggi InterStudi”, *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)* Vol 5, No 1, 2022.
- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), <https://kbbi.web.id/pesan>. 18 Juni 2022.
- Laili Zulfa, “Retorika Dakwah Gus In’am Dalam Menyampaikan Pemikiran Kyai Soleh Darat” *Magister Thesis, Uin Sunan Kalijaga*, 2021.
- Lala Nur Pratiwi, “Analisis Sikap dan Pendapat Netizen Terhadap Vidio Perubahan Keyakinan Lima Muallaf; Analisis Isi Kualitatif Pada Media Sosial Chennel YouTube. *Magister Thesis*, Universitas Hasanuddin; Juli 2021.

- Lina Muflihah, “*Dakwah Muslim Milenial (Studi Kasus Dalam Akun Instagram @surabayahijrah)*” Magister Thesis, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel : 2020.
- Linda Astuti, Khairil Buldani, “Model Lasswell Dalam Komunikasi Pembangunan Kawasan Wisata Bengkulu”, *Jurnal Professional FIS UNIVED*, Vol.03, No. 03, Desember 2016.
- M Masyhur Amin, M. Nasikh Ridwan, *KH. Zaini Mun'im (Pengabdian dan karya tulis)*, LKPSM Tompeyan RT III/133 Yogyakarta, cet.pertama, (Yogyakarta, 1996).
- M. Ghafirul Humam, Wawancara Admint Enjhe Picture, 12 Agustus 2022.
Media Facebook Pesantren Nurul Jadid.
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Group, 2009).
- Mohammad Ridha Fauzan, “Analisis Penggunaan Afiks Bahasa Indonesia Dalam Status Blackberry Messenger Mahasiswa Kelas C Angkatan 2012 Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia”, *Jurnal Bahasa dan Sastra*, Vol. 02, No. 02, 2017.
- Moleong, *Makalah berjudul Quallitative Content Analysis*, Phillip Mayring. 2007.
- Muhammad David Hendra, Fenti Yuliardiana, “Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Konten Pada Akun @kpopers.hijrah)”, *Madania Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, Vol.11, No.01, Juni 2021.
- Muhammad Iqbal Rappedeo, “Pengaruh Pesan Dakwah Akun Instagram @Hannan_Attaki Terhadap Religiusitas Para Followers” *Jom Fisip*, Vol. 06, no. 11, 2019.
- Muhammad Natsir, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Ghalia Indonesia, 1999).
- Mujiburrahman Samsul Hadi, “Pengaruh Media Realisme Dalam Peran Visual Terhadap Motivasi Belajar Siswa”, *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol 03, No.02, Oktober 2018.
- Naldo, Hardika Widi Satria, “Studi Observasi Terhadap Penggunaan Aplikasi Line oleh Generasi Millenial”, *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, Vol. 01, No. 01, Juli-Desember 2018.
- Natalina Nilamsari. “Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif”, *Wacana Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Vol.13, No.02, Juni 2014.
- Ninah Hasanah, “Variasi Keformalan Bahasa Model Martin Joos Pada Grup Whatsapp ‘Ipi Garut’”, *CARAKA; Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia serta Bahasa Daerah*, Vol.09, No. 02, Juni 2020.
- Nita Puspitasari, Ridwan Abdurrahman, Latifah,”Analisis Isi Pesan Akhlak Khadijah Dengan Menggunakan Pendekatan Psikoanalisis Dalam Novel Khadijah ‘Ketika Rahasia Mim Tersingkap’”, *Parole Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, Vol.02, No. 4, Juli 2019.
- Nur Aisyah, Sawiyatin Rofiah, “Dakwah Modern Pada Era Konvergensi Media; Stubdi Kasus YouTube Pondok Pesantren Nurul Jadid”, *Dakwatuna; Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 08, No. 02, Agustus 2022.

- Nur Aisyah, Sawiyatin Rofiah, “Dakwah Modern Pada Era Konvergensi Media; Studi Kasus YouTube Pondok Pesantren Nurul Jadid”, *Dakwatuna; Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol.08, No.02, Agustus 2022.
- Nur Kholis, “Dakwah Virtual, Generasi Z dan Moderasi Beragama”, *Iqtida, Journal of Da’wah and Communication*, Vol. 01, no. 02, Desember 2021.
- Pengkategorian Pesan dalam Media Pesantren Nurul Jadid.
- Philipp Mayring, “Qualitative Content Analysis”, *FQS Forum; Qualitative Sosial Research*, Vol 01, No. 02, Juni 2000.
- Prof. Dr. Emzir, M.Pd, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Isi Data; Model Bogdan & Biklen, Model Miles & Huberman, Model Strauss & Corbin, Model Spradley, Analisis Isi Model Philipp Mayring, Program Komputer NVivo*. (Jakarta; PT Rajagrafindo Persada, 2016).
- Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta: kencana Prenada Media Group, 2006).
- Roger Fidler, *Mediamorfosis: Memahami Media Baru*, (Yogyakarta: Benteng Budaya, 2003).
- Rudy Kustijono, Titin Sunarti, Hermin Budiningarti, “Penggunaan Facebook Sebagai Media Inovatif Dalam Pembelajaran SMP dan SMA di Perguruan Muhammadiyah Wiyung Surabaya”, *Jurnal ABDI*, Vol.03, No.02, Januari 2018.
- Rulli Nasrullah, *Cyber Media*. (Yogyakarta: Idea Press, 2013).
- Safrodin Halimi, *Etika Dakwah Al-Qur’an Antara Idealis Qur’ani dan Realitas Sosial*, (Semarang: Walisongo Perss, 2008).
- Sekretariat PP Nurul Jadid, *Selayan Pandang pondok pesantren Nurul Jadid Mengenal Sejarah, organisasi, Lembaga Pendidikan, Dan Profil Masyarakat*. Mahrus Syamuel, (Paiton Probolingg; Bagian Humas dan Protokuler Sekretariat Pondok pesantren Nurul Jadid, 2021).
- Shoffy, Wawancara salah satu anggota alumni Firhaz, 21 Juli 2022.
- Shoma Noor Firda Inayah, Siti Malaiha Dewi, “Analisis Pesan Dakwah Akidah, AKhlak dan Syari’ah dalam Novel Hati Suhita Karya Khilma Anis”, *At-Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus*, Vol.08, No.02, Desember 2021.
- Suardi, “Dakwah Anti Riba di YouTube; Analisis Vlog Akun ‘Pecah Telu’”, *Jurnal Kajian Manajen Dakwah*, Vol.03, No.03, Oktober 2021.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfabeta, 2007).
- Syamsuddin Fahmi Gunawan, Akbar, Abdul Muiz, *Religion Society & Sosial Media* (Yogyakarta: Grup Penerbitan Budi Utama, 2018).
- Tantri Theana Utari, Suntoko, Een Nurhasanah, “Nilai-Nilai Pendidikan Dalam Novel *Pesan Terakhir* Karya Wenny Smart”, *Jurnal Bindo Sastra*, Vol. 05, No. 02, 2021. 23-31.

- Tinta Ilmiati, “Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Naskah Wawancara Keq̄n Santang Aji”, *Strategi Komunikasi Dakwah*, Vol.3, No.2, Juni-Desember 2020, 127-150.
- Umi Narimawati, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Teori dan Aplikasi* (Bandung: Agung Media, 2008).
- Yani Siti Sakiyah, Mukhlis Aliyudin, Aang Ridwan, “Analisis Isi Novel Wedding agreement Karya Mia Chuz”, *Tabligh; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol.05, No. 04, 2020.
- Yantos, “Analisis Pesan-Pesan Dakwah Dalam Syair-Syair Lagu Opick”, *Jurnal Risalah*, Vol 14, No. 02, November 2013.
- Zaini Hafidh, Badruddin, “Pesantren dan Kemandirian Perekonomian; Studi Tentang Kewirausahaan Di Pondok Pesantren Ar-Risalah CijantungIV Ciamis”, *Manageria; Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol03, No.02, 2018. 257-267.
- Zakiyah Romadlany, Farhan. “Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media dakwah Masa Kini Studi Akun Instagram @pesantrennuruljadid”, *El-Furqania*, Vol.05, No.01, Agustus, 2019.
- Zida Zakiyatul Husna, Moh. Ali Aziz, “Dakwah Media Sosial: Pola Dakwah Pada Masa Pandemi Covid 19”, *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol.05, No.01, 2021.

