

## PERILAKU KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL DI PONDOK SANTRENDELİK PADA GENERASI MUDA KOTA SEMARANG

Ikhwan Syaefulloh<sup>1</sup>  
Imam Nuraryo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, DKI Jakarta, Indonesia Jalan Yos Sudarso Kav 85 No. 87, Jakarta, [ikhwansfile@gmail.com](mailto:ikhwansfile@gmail.com)

<sup>2</sup>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, DKI Jakarta, Indonesia Jalan Yos Sudarso Kav 85 No. 87, Jakarta, [imam@kwikiangie.ac.id](mailto:imam@kwikiangie.ac.id) (Corresponding Author)

### Abstrak

Santrendelik adalah lembaga dakwah yang berlokasi di Jalan Kalialang Lama, Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Mengangkat semangat kekinian, Santrendelik menularkan virus tobat kepada anak muda dari berbagai golongan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik gambaran aktivitas dan perilaku komunikasi dakwah melalui media sosial dalam kegiatan penyampaian dakwah dan sosialisasi program di pondok Santrendelik kepada generasi muda.

komunikasi media sosial adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.

Pendekatan penelitian menggunakan kualitatif untuk mendeskripsikan, menganalisis, menginterpretasi, dan menemukan kesimpulan atas komunikasi massa yang dilakukan di pondok Santrendelik pada aktivitas dakwah dan sosialisasi program, serta desain penelitian yang dipilih adalah *Instrumental Case Study*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran aktivitas komunikasi dakwah melalui media sosial dalam kegiatan penyampaian dakwah dan sosialisasi program Pondok Santrendelik yaitu diantara pemanfaatan media sosial oleh Santrendelik adalah dijadikannya medsos sebagai sarana dakwah sekaligus media informasi bagi para jamaah Santrendelik atau yang biasa disebut dengan Tobaters, serta poster-poster dakwah mampu memiliki pematik tinggi. Karakteristik model komunikasi massa yang dilakukan oleh pondok Santrendelik dalam menyampaikan pesan dakwah dan sosialisasi program kepada generasi muda di Kota Semarang dengan cara kekinian yaitu media sosial, khususnya *instagram*, *facebook* dan *youtube*, dan selalu mengemas kontek dakwahnya dengan visual yang menarik, *out of the box* dan selalu disesuaikan dengan konteks kekinian.

### Kata Kunci

Komunikasi Media Sosial, Proses Dakwah, Generasi Muda.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan disertasi, dan sejenisnya.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

#### Corresponding Author:

Imam Nuraryo

#### Email:

[imam@kwikiangie.ac.id](mailto:imam@kwikiangie.ac.id)

#### Article History:

Received:

Revised:

Accepted:

Published:

#### Publisher:

LPPM Institut  
Bisnis dan  
Informatika  
Kwik Kian Gie

Selection and Peer-review under the responsibility of the Editor Team of Jurnal Komunikasi dan Bisnis.

OPEN ACCESS



PENDAHULUAN

Santrendelik adalah lembaga dakwah yang berlokasi di Jalan Kalialang Lama, Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Mengangkat semangat kekinian, Santrendelik menularkan virus tobat kepada anak muda dari berbagai golongan. Santrendelik tampil beda dengan niatan mempersatukan berbagai golongan, tanpa berusaha menghilangkan identitas masing-masing golongan tersebut. Santrendelik menjadi alternatif baru sebagai tempat kajian keagamaan bagi kawula muda. Seperti halnya musik, Santrendelik berdakwah dengan genre “pop kontemporer”. Berusaha memadukan antara seni dan budaya sebagai unsur pendukung dakwah sesuai dengan trend kekinian.

Santrendelik berdiri dikarenakan kegelisahan sekelompok anak muda yang haus akan siraman rohani yang lebih santai dengan bahasa ringan dan mengena di hati anak-anak muda, selama ini kajian yang ada cenderung kaku dan penuh dengan dogma agama. Sekelompok anak muda ini kemudian membentuk suatu kajian yang diberi nama Nongkrong Tobat yang pada awal kajiannya dilaksanakan di cafe-cafe atau tempat nongkrong lainnya.

Kajian ini awalnya hanya diikuti oleh belasan orang, lambat laun kajian ini semakin berkembang kuantitas mad’unya sehingga membutuhkan tempat kajian khusus yang dapat menampung banyak orang. Semakin membludaknya jamaah kajian nongkrong tobat ini kemudian menarik hati Dr. H. Raharja M.SI., Akt. Beliau adalah salah seorang dosen senior Universitas Diponegoro.

Dr. Raharja tertarik untuk memberikan fasilitas tempat dakwah kepada komunitas kajian Nongkrong Tobat hingga kemudian beliau mewakafkan tanahnya seluas 5025 m2 yang berlokasi di Kelurahan Sukorejo agar digunakan sebagai tempat kajian atau dibangun sebagai lembaga dakwah.

Ketua Yayasan Santrendelik, Hendi Wijanarko (wawancara, 12 Mei 2019) menjelaskan dari pengalamannya sebagai anak muda, kaum muda butuh metode dakwah yang berbeda dengan kaum tua. apabila orangtua rajin salat dan rajin ke masjid itu merupakan hal yang sudah biasa. Sehingga lebih mudah menerima dakwah model lawas yang isinya dogma-dogma dosa dan pahala surga dan neraka.

Lain halnya dengan anak muda, metode tersebut tidak menarik dan bahkan membuat mereka menjauh dari agama. Karena itu, Santrendelik memutar otak untuk menemukan cara-cara berdakwah yang menarik bagi anak muda. Diantara cara yang dipilih adalah dengan menggunakan ustadz muda. Selain itu materi dakwah pun dipilih yang ringan-ringan. Materinya juga dipetakan berdasarkan tingkat keagamaan para audien.

Menurut Hendi Wijanarko (wawancara, 12 Mei 2019) Salah satu ciri anak muda adalah mengedepankan logika, tidak suka ditekan atau diancam dan penyampaian dakwahnya melalui media yang tengah *ngetrend* saat ini. Pada saat mencari pola dakwah yang pas, salah satu pendiri Ikhwan Syaefulloh bertemu dengan Ustadz Riyad Ahmad.

Dalam perkembangannya, pondok mengalami perkembangan yang terus berlanjut. Bahkan sampai sekarang jumlah pengunjung kegiatan pengajian semakin banyak dan dari berbagai asal daerah dan perguruan tinggi. Keinginan anak muda untuk mengikuti pengajian merupakan bukti bahwa model pengajian yang diterapkan telah berhasil menyesuaikan dengan pola anak muda yang kekiniaan.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Manajemen Kwik Kian Gie  
 Jl. Kalialang Lama, Sukorejo, Gunungpati, Kota Semarang  
 Telp. (021) 8291111, 8291112, 8291113, 8291114, 8291115  
 Email: info@kwikkiangie.ac.id, www.kwikkiangie.ac.id

Hal ini tentunya memberikan dampak positif dan menjadi sebuah dinamika terhadap perkembangan pengajian dengan munculnya kekuatan-kekuatan ide yang tidak terpikirkan melalui cara kontemporer. kontemporer merupakan kecenderungan dalam penyajian komunikasi dengan cara melakukan pengemasan baru yang menggunakan unsur modern atau pakem namun diterjemahkan dalam konteks kekinian agar dapat dalam memenuhi tuntutan zaman.

pengajian ini menjadi sesuatu yang positif karena para pelaku dan pengelola pondok selalu berinovasi untuk menyampaikan pesan melalui media sosial dengan cara-cara yang kreatif dan kekinian. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya antar pribadi akan tetapi adalah komunikasi yang melibatkan orang dalam jumlah yang cukup banyak atau massa.

Kebutuhan dan keinginan anak muda yang haus akan nilai-nilai keagamaan direspon dan disikapi dengan model komunikasi dakwah melalui media sosial yang strategis dan efektif. Model komunikasi dakwah melalui media sosial yang dilakukan selalu tidak dalam kekakuan dan kepakeman akan tetapi justru selalu membuka diri agar tidak ketinggalan dalam gerak perubahan dan tersingkir dari pergaulan anak muda kekinian.

Proses komunikasi dakwah melalui media sosial yang dilakukan adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya serupa dengan yang dimaksud oleh komunikator. Komunikasi melalui media sosial yang dilakukan oleh pondok baik saat pengajian berlangsung maupun saat sosialisasi informasi adalah melalui penggunaan dengan bahasa-bahasa dan simbol yang kekinian sehingga sangat mudah ditangkap oleh peserta pengajian.

Selanjutnya dengan itu, menurut Yunus (2020: 73), kegiatan berkomunikasi yang dilakukan tidak hanya terjadi melalui ungkapan baik secara verbal maupun non-verbal. Seseorang ustadz pondok memiliki dorongan untuk menyampaikan misi lebih banyak dengan verbal. Ustad dengan gaya kocak dan yleneh dengan menghindari kepakeman-kepakeman justru membuat inovasi kreatif yang mudah ditangkap dan sesuai selera anak muda. Selera anak muda kekinian selalu merindukan terhadap penyampaian pesan yang penuh guyonan yang sederhana, unik, dan manusiawi.

Sedangkan strategi komunikasi untuk sosialisasi lebih banyak dilakan dengan cara bahasa visual yang dikemas secara estetik atau seni. proses komunikasi dakwah melalui bahasa visual terjadi antara pengelola melalui desainer poster melalui penyampai pesan lewat karya seninya yang tercermin lewat lambang-lambang atau simbol-simbol yang yang selalu upto date sesuai konteks yang sedang berkembang.

Begitu pula yang terjadi dalam media massa yang digunakan poster-poster yang digunakan memiliki corak kontemporer yang khas. Desain berkarakteristik mempertemukan berbagai idiom masa lalu (dimensi historis) yang ikonik dengan masa sekarang (dimensi empirik) agar dihasilkan kelucuan, kesegaran, dan terkadang parodi. Desain poster harus fleksibel mengantisipasi gaya yang sedang atau akan menjadi trend.

Efek dari model komunikasi inilah juga akan semakin membuat interkasi antar peserta menjadi semakin kuat. Kesadaran-Kesadaran manusia sebagai mahluk sosial untuk saling membutuhkan orang lain menjadi terwadahi. Strategi komunikasi melalui media sosial yang ditetapkan pondok Santrendelik



merupakan salah satu cara bagi pondok untuk menunjukkan eksistensi dirinya dan sebagai salah satu cara untuk masuk ke dalam lingkungan sosialnya anak muda secara tepat.

Atas dasar konteks tersebut, hal yang sangat menarik jika diamati adalah proses perilaku komunikasi dakwah melalui media sosial yang dilakukan oleh pengelola Santrendelik dalam penyampaian pesan agar lebih mudah diterima dan mudah dipahami baik dalam konteks ustads maupun media massa yang digunakan dalam promosi kegiatan. Pengidentifikasian karakteristik komunikasi dakwah melalui media sosial ini sangat penting dilakukan agar hasil temuan tersebut dapat digunakan sebagai sarana peningkatan dan sekaligus refleksi untuk peningkatan kreatifitas komunikasi ke depannya.

Secara praktis keberhasilan temuan ini, dapat menginspirasi pengelola untuk memilih dan menggunakan model penyampaian pesan yang efektif oleh ustadz. Selain itu temuan ini diharapkan dapat memperkaya desainer poster untuk mengeksplorasi ide-ide imajinatif dan kreatif. Desainer poster yang telah memiliki acuan, contoh, pijakan, maka akan memudahkan eksplorasi pengembangan desain yang inovatif dan diterima pasar sehingga semakin banyak anak muda yang dapat menangkap pesan.

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah

1. Bagaimanakah gambaran aktivitas komunikasi dalam kegiatan penyampaian dakwah melalui media sosial dan sosialisasi program?
2. Bagaimanakah karakteristik perilaku komunikasi dakwah melalui media sosial yang dilakukan oleh pondok Santrendelik dalam menyampaikan pesan dakwah dan sosialisasi program kepada generasi muda di Kota Semarang dengan cara kekinian?

## KAJIAN PUSTAKA

### 1. Pengertian Komunikasi

Studi tentang Komunikasi menurut Nur Inah (2013: 179) istilah komunikasi berasal dari Bahasa Latin “*communis*” yaitu membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga didefinisikan sebagai suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antara sesama manusia melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain, serta berusaha mengubah sikap dan tingkahlaku itu.

Lebih lanjut diungkapkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan atau audiens baik itu dalam bentuk simbol, lambang dengan harapan bisa membawa atau memahamkan pesan itu kepada masyarakat serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku. Sejalan dengan itu, Widodo (tt: 3) menjelaskan bahwa suatu tindakan komunikasi dapat dijelaskan dengan cara menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya”.

## 2. Pengertian Komunikasi Persuasif

Secara etimologis, istilah persuasi (persuasion) bersumber dari perkataan latin, peruasio, yang kata kerjanya adalah persuader, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu (Soemirat, 2017).

Secara terminologis, Larson (1973) menyatakan *persuasion defined as the cocreation of a state of identification or alignment between as source and a receiver that results from the use of symbols* (persuasi sebagai penciptaan bersama dari suatu pernyataan identifikasi atau kerja sama di antara sumber pesan dengan penerima pesan yang diakibatkan oleh penggunaan simbol-simbol).

## 3. Pengertian Komunikasi Media Sosial

Komunikasi media sosial adalah sebuah media online yang didesain untuk memudahkan dalam berkomunikasi yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial mengubah pola penyebaran informasi yang berbasis pada teknologi internet yang dari sebelumnya bersifat dari banyak pengunjung ke banyak pengunjung. Menurut Gunelius dalam Lili Adi Wibowo dan Donni Juni Priansa menyatakan bahwa sosial media merupakan tujuan dari web 2.0 yang berhubungan pada percakapan, keterlibatan, dan partisipasi yang berada dalam penerbitan *online* serta sebagai alat komunikasi, dan situs.

Sedangkan Kaplan dan Haenlein dalam Lili Adi Wibowo dan Donni Juni Priansa menggambarkan media sosial sebagai sekelompok media dalam internet berbasis aplikasi yang membangun fondasi ideologi dan teknologi web 2.0. Teknologi Web 2.0 merupakan percakapan dua arah antara produsen dan konsumen secara interaktif.

## 4. Pengertian Tobater

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata taubat diartikan sadar dan menyesal akan dosa (perbuatan yang salah atau jahat) dan berniat akan memperbaiki tingkah laku dan perbuatan. Secara istilah Menurut Imam Nawawi, taubat adalah tindakan yang wajib dilakukan atas setiap dosa. Kalau dosa yang diperbuat itu adalah maksiat dari seorang hamba terhadap Tuhannya, yang tidak bersangkutan sesama anak Adam, maka syarat taubat kepada Tuhan itu ada tiga perkara :

- a. Pertama berhenti dari maksiat itu seketika itu juga,
- b. Kedua merasakan menyesal yang sedalam-dalamnya atas perbuatan yang salah itu,
- c. Ketiga mempunyai tekad yang teguh bahwa tidak akan mengulangnya lagi. Apabila kurang salah satu dari ketiganya, maka tidak sahlah taubatnya.
- d. Dan jika maksiat itu bersangkutan dengan sesama anak Adam, maka syarat taubatnya empat perkara; pertama, kedua, dan ketiga ialah syarat taubat kepada Allah tadi, ditambah dengan yang keempat, melepaskan dengan sebaik-baiknya hak orang lain yang telah





diambil. Jika hak orang lain itu adalah harta benda atau yang seumpamanya maka segeralah kembalikan. Kalau menuduh atau memfitnah, segeralah meminta maaf kepadanya. Kalau dia dipergunjingkan (diumpat) keaslian jiwa orang yang bertaubat, serta menghapus keburukan-keburukan yang dilakukannya."

## METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian menggunakan kualitatif untuk mendeskripsikan, menganalisis, menginterpretasi, dan menemukan kesimpulan atas komunikasi melalui media sosial yang dilakukan di pondok santrendelik pada aktivitas dakwah dan sosialisasi program. Aktivitas dakwah dan sosialisasi program merupakan dimensi aktivitas komunikasi massa karena akan menyampaikan pesan dan makna. Keberadaannya memiliki nilai yang tidak hanya obyektif akan tetapi subyektif.

Pemahaman dan pemaknaan atas pesan dakwah sangat dinamis tergantung dimensi relasi teks dan konteks yang digunakan. Sebagai sistem tanda, symbol sebuah pada bahasa visual dan verbal memiliki dimensi makna yang sangat multiinterpretatif. Pembacaan terhadap simbol dalam komunikasi dapat dilihat dalam perspektif pengirim pesan, bentuk produk dakwah dan poster, kode, publik atau apresiator, kontak dan konteks.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Karakteristik Gambaran Aktvitas Komunikasi Melalui Media Sosial Dalam Kegiatan Penyampaian Dakwah Dan Sosialisasi Program Di Pondok Santrendelik Kepada Generasi Muda Di Kota Semarang

Komunikasi media sosial adalah sebuah media online yang didesain untuk memudahkan dalam berkomunikasi yang bersifat interaktif atau dua arah. Media sosial mengubah pola penyebaran informasi yang berbasis pada teknologi internet yang dari sebelumnya bersifat dari banyak pengunjung ke banyak pengunjung. Menurut Gunelius dalam Lili Adi Wibowo dan Donni Juni Priansa menyatakan bahwa sosial media merupakan tujuan dari web 2.0 yang berhubungan pada percakapan, keterlibatan, dan partisipasi yang berada dalam penerbitan online serta sebagai alat komunikasi, dan situs.

Sedangkan Kaplan dan Haenlein dalam Lili Adi Wibowo dan Donni Juni Priansa menggambarkan media sosial sebagai sekelompok media dalam internet berbasis aplikasi yang membangun fondasi ideologi dan teknologi web 2.0. Teknologi Web 2.0 merupakan percakapan dua arah antara produsen dan konsumen secara interaktif. Media sosial dalam pemahaman yang luas sering dikaitkan dengan istilah informasi politik, hak memilih dari yang asal mulanya hanya pembaca konten menjadi penerbit konten. Menjadi pergeseran dari mekanisme siaran ke model banyak ke banyak, hubungan interaksi percakapan antara penulis dengan banyak orang dan teman sebaya (Wibowo dan Priansa, 2017).

Ada beberapa kegiatan yang menjadi program dakwah Santrendelik. dari program harian, mingguan hingga tahunan. Di antara kegiatan dakwah Santrendelik antara lain :

1. Dilarang menjiplak atau menyalin sebagian atau seluruhnya tanpa mencantumkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## a. Kegiatan Dakwah Harian

### 1) Tahsin Al-Qur'an

Tahsin Al-Qur'an merupakan kajian bacaan Al-Qur'an dengan format mengaji tradisional seperti di kampung-kampung. Santri membaca Al-Qur'an di hadapan ustadz dan disimak dengan saksama oleh sang ustadz. Kegiatan ini diasuh oleh Ustadz Riyan. Sedangkan para santri yang mengaji adalah anak-anak hingga remaja di lingkungan sekitar Santrendelik. program Tahsinul Al-Qur'an dilaksanakan setiap hari Senin sampai dengan Sabtu pukul 16.00 WIB - 17.00 WIB.

## b. Kegiatan Dakwah Mingguan

### 1) Kajian Nongkrong Tobat

Kajian Nongkrong Tobat merupakan pionir program kajian di Santrendelik, sebelum para pengurus berinovasi menghadirkan program dakwah lain, nongkrong tobat menjadi satu-satunya kajian andalan di Santrendelik. kajian Nongkrong Tobat dikemas dalam bentuk *talkshow* di mana pelaksanaannya di pandu oleh pembawa acara dan ada host tersendiri saat kajian dimulai. Kajian ini dilaksanakan tiap hari kamis malam jum'at, dimulai sejak pukul 19.00 WIB dan berakhir sekitar pukul 22.00 WIB. Untuk memeriahkan suasana, pada kajian nongkrong tobat dihadirkan pula kelompok seni band lokal semarang. Seperti Wakijo Lan Sedulur, Askiratna dan band lokal semarang lainnya.

Tema kajian nongkrong tobat berbeda-beda setiap minggunya menyesuaikan trend yang sedang viral di kalangan anak muda, pembahasan mengenai tema kajian ini dilakukan secara bersama-sama oleh pengurus. Penanggung jawab kegiatan ini sepenuhnya berada pada pengurus, dengan dibantu para relawan Santrendelik. Kegiatan ini pada tiap minggunya diisi oleh para narasumber yang berbeda-beda sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan pada rapat pengurus sebelumnya. Kajian Nongkrong Tobat menjadi program kajian andalan Santrendelik dalam melaksanakan misi dakwahnya, tak kurang dari 200 anak muda kota semarang selalu mendatangi kajian dengan berbagai tema kekinian ini.

### 2) Kajian Ahad Pagi

Kegiatan dakwah mingguan yang lain adalah kajian ahad pagi. Kajian ini dilaksanakan setiap minggu pagi pukul 07.30 WIB sampai dengan 09.00 WIB. Para penceramah pada kajian ahad pagi ini sama dengan da'i tetap pada nongkrong tobat. Pemilihan da'i melalui pertimbangan, diantaranya: 1) narasumber yang dipilih adalah narasumber yang alim dan ahli di bidang ilmu agama; 2) narasumber yang dipilih adalah seorang yang moderat, tidak condong pada salah satu madzhab; 3) narasumber yang dipilih adalah narasumber yang cakap dalam berkomunikasi, dan mudah dipahami oleh jama'ah.

## c. Kegiatan Dakwah Bulanan

Santrendelik juga memiliki program bulanan berkolaborasi dengan Tim Taman Lentera memberikan kajian literasi kepada anak-anak di lingkungan Santrendelik maupun anak-anak di luar



lingkungan Santrendelik. Program ini dilaksanakan setiap bulan sekali di minggu pertama. Dalam kajian literasi ini anak-anak diperkenalkan tentang Islam secara lebih menyenangkan dengan berbagai jenis permainan yang disisipi dengan penanaman nilai-nilai Islam.

d. Kegiatan Dakwah Tahunan

Kegiatan dakwah tahunan meliputi kegiatan dakwah selama bulan Ramadhan, Kegiatan dakwah selama bulan ramadhan di Santrendelik dilaksanakan dalam berbagai bentuk. Diantaranya kegiatan buka bersama, sholat tarawih dilanjutkan dengan kajian seputar ramadhan, semua kegiatan ini dikemas dalam bentuk event ramadhan yang menghadirkan berbagai ustadz kondang lokal semarang maupun nasional, tercatat di antara para da'i yang pernah mengisi kajian ramadhan Santrendelik antara lain Habiburrahman ElShirazy, Derry Sulaiman dan lain sebagainya. Untuk perencanaan kegiatan diatas dilakukan pada rapat pengurus menjelang bulan Ramadhan, yang meliputi perencanaan kegiatan, perencanaan narasumber dan tema kajian, perencanan pembiayaan, dan perencanaan penanggung jawab masing-masing kegiatan.

Kegiatan tahunan lainnya adalah perayaan Idul Adha dengan penyembelihan hewan qurban, Kegiatan penyembelihan Qurban, dilaksanakan sebagai perwujudan dakwah bil- hal dan sebagai bentuk kepedulian dan bentuk kasih sayang pihak Santrendelik terhadap para fakir miskin dan kaum dhu'afa di lingkungan Santrendelik, Semarang.

Selain berbagai macam program yang telah disebutkan di atas, Santrendelik juga memiliki program dakwah digital dimana semua kajian Santrendelik dipublikasikan secara sistematis melalui media digital, baik berupa media sosial dan media online berupa *website*. Santrendelik adalah salah satu dari sekian banyak lembaga dakwah yang menyadari betul akan pentingnya pengorganisasian dan strategi dalam berdakwah di era digital ini, terlebih segmentasi objek dakwah yang dipilih oleh Santrendelik adalah kalangan anak muda. Maka sudah menjadi sebuah keniscayaan bagi Santrendelik untuk menyebarkan dakwahnya melalui media digital.

Diantara pemanfaatan media sosial oleh Santrendelik adalah dijadikanya medsos sebagai sarana dakwah sekaligus media informasi bagi para jamaah Santrendelik atau yang biasa disebut dengan Tobaters.

Berikut ini adalah data analisis komunikasi massa perkembangan media sosial milik Santrendelik :

**Tabel 4.1**

**Data Analisis Komunikasi Melalui Perkembangan Media Sosial Milik Santrendelik**

<b>Youtube:</b>	<b>Twitter:</b>	<b>Instagram:</b>	<b>Facebook:</b>
Santrendelik	@santrendelik	@santrendelik	Santrendelik
Growth 85%	Growth 65%	Followers 17,900	Growth 85%
Visitors 60.211	Visitors 3.250	Growth 90%	Visitors 8.211
		Visitors 11.211	

## 2. Karakteristik Perilaku Komunikasi Melalui Media Sosial Yang Dilakukan Oleh Pondok Santrendelik Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Dan Sosialisasi Program Kepada Generasi Muda Di Kota Semarang Dengan Cara Kekinian

Definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan ke kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri (Ardianto, 2007:3). Dari definisi yang telah dikemukakan oleh Gerbner tersebut, terungkap adanya faktor produksi, distribusi pesan yang kontinyu, juga sejumlah individu. Hal ini menunjukkan bahwa proses komunikasi melalui media sosial melibatkan lebih banyak komponen dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya.

Dalam proses pelaksanaan komunikasi massa yang dilakukan oleh Pondok Santrendelik dalam menyampaikan pesan dakwah dan sosialisasi program kepada generasi muda di kota semarang dengan cara kekinian adalah penggerak utama yang merupakan unsur terpenting dalam suatu organisasi. Pada dasarnya menggerakkan organisasi (manusia) bukanlah suatu pekerjaan yang mudah. Mengatur manusia biasanya sangatlah sulit, karena manusia memiliki pengetahuan, pengalaman dan selera yang berbeda. Untuk dapat menggerakkannya seorang manajer dituntut untuk mampu dan mempunyai seni untuk menggerakkan orang lain. Diperlukan juga seorang pemimpin/manajer yang memiliki keterampilan manajemen (*managerial skill*) dengan gaya kepemimpinan yang sesuai dan dapat diterapkan.

Adapun langkah-langkah pelaksanaan komunikasi massa yang dilakukan oleh Pondok Santrendelik dalam menyampaikan pesan dakwah dan sosialisasi program kepada generasi muda di kota semarang dengan cara kekinian yang diterapkan adalah sebagai berikut:

### a. Memberikan Motivasi

Dalam memberikan motivasi kepada pengurus, ketua Yayasan Santrendelik melakukannya dengan cara :

- 1) Mengikutsertakan pengurus dalam proses pengambilan keputusan.
- 2) Pemberian informasi yang lengkap mengenai ruang lingkup dakwah dan seluk-beluk kegiatan yang dilaksanakan. Dengan adanya informasi ini akan memudahkan para pihak yang terkait untuk mengetahui tugastugasnya dalam setiap kegiatan, sehingga dapat menjalankannya dengan rasa penuh tanggung jawab serta memiliki kemantapan dan kepastian dalam mengerjakannya.
- 3) Penempatan yang tepat, Pemilihan dan penempatan orang-orang dalam pelaksanaan setiap kegiatan disesuaikan dengan keahliannya.
- 4) Memberikan suasana yang menyenangkan. Suasana yang menyenangkan juga dapat meningkatkan hasil kerja seseorang, sebab dalam kondisi yang baik seseorang dapat berfikir dan bekerja secara optimal. Suasana yang menyenangkan dapat timbul karena adanya hubungan yang sesuai antara



orang yang satu dengan yang lain serta tersedianya fasilitas yang diperlukan seperti tempat kerja yang bersih dan nyaman, serta penerangan yang cukup.

b. Penjalinan Hubungan

Untuk terwujudnya harmonisasi dan sinkronisasi diperlukan adanya hubungan atau koordinasi antar pengurus. Dengan adanya hubungan tersebut maka setidaknya dapat mencegah ketegangan atau konflik yang mungkin bias terjadi. Dalam menjalankan perjalanan hubungan antara para pekerja dalam kegiatan dakwah Santrendelik dilakukan dengan cara kekeluargaan.

c. Penyelenggaraan Komunikasi

Komunikasi timbal balik antara pemimpin dengan para pelaksanaan kegiatan sangat penting sekali bagi kelancaran proses kegiatan yang ada dalam kegiatan dakwah Santrendelik. Oleh karena itu antara pemimpin dengan bawahan perlu adanya komunikasi yang baik, untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman, ketidakpercayaan dan saling curiga antara pemimpin dan bawahan.

Untuk pelaksanaan kegiatan dakwah Santrendelik mengikuti dari matriks kegiatan dakwah yang telah direncanakan selama setahun sebelumnya yaitu pada rapat kepengurusan di setiap akhir tahun. Dalam matriks kegiatan itu memuat diantaranya program-program kerja yang telah disusun sebelumnya. Program kerja yang telah disusun terbagi menjadi dua, yaitu program kerja jangka pendek dan program kerja jangka panjang. Program kerja jangka pendek diprioritaskan untuk pencapaian kelengkapan dan fasilitas penunjang Santrendelik. Apabila kelengkapan dan fasilitas penunjang telah terealisasi, maka diharapkan pengisian kegiatan keagamaan, kemasyarakatan dan usaha-usaha lainnya dapat dilaksanakan dengan maksimal.

Selain berbagai macam program yang telah disebutkan di atas, Santrendelik juga memiliki program dakwah digital dimana semua kajian Santrendelik dipublikasikan secara sistematis melalui media digital, baik berupa media sosial dan media online berupa website. Santrendelik adalah salah satu dari sekian banyak lembaga dakwah yang menyadari betul akan pentingnya pengorganisasian dan strategi dalam berdakwah di era digital ini, terlebih segmentasi objek dakwah yang dipilih oleh Santrendelik adalah kalangan anak muda. Maka sudah menjadi sebuah keniscayaan bagi Santrendelik untuk menyebarkan dakwahnya melalui media digital. Diantara pemanfaatan media sosial oleh Santrendelik adalah dijadikannya medsos sebagai sarana dakwah sekaligus media informasi bagi para jamaah Santrendelik atau yang biasa disebut dengan Tobaters.

**KESIMPULAN**

Adapun simpulan dari hasil wawancara dengan informan dan pembahasan mengenai perilaku komunikasi dakwah melalui media sosial dalam Pondok Santrendelik sebagai proses dakwah pada generasi muda Kota Semarang adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Insititut Sains dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambaran aktivitas komunikasi melalui media sosial dalam kegiatan penyampaian dakwah dan sosialisasi program Pondok Santrendelik yaitu diantara pemanfaatan media sosial oleh Santrendelik adalah dijadikannya medsos sebagai sarana dakwah sekaligus media informasi bagi para jamaah Santrendelik atau yang biasa disebut dengan Tobaters, serta poster-poster dakwah mapu memiliki pemikat tinggi. Bahkan sharenya juga pernah sampai hampir seribuan share. Dari kenyataan tersebut bisa dikatakan bahwa media sosial mampu meningkatkan efektivitas dalam membangun komunikasi yang baik sebagai proses dakwah pada generasi muda Kota Semarang.

Karakteristik perilaku komunikasi melalui media sosial yang dilakukan oleh pondok Santrendelik dalam menyampaikan pesan dakwah dan sosialisasi program kepada generasi muda di Kota Semarang dengan cara kekinian yaitu media sosial, khususnya instagram dan *youtube*. karena hari ini orang tidak bisa lepas barang sepuluh menit dari gadgetnya. Sehingga yang paling efektif berdakwah via sosial media, cepat mudah dan murah. Diantara pemanfaatan media sosial oleh Santrendelik adalah dijadikannya medsos sebagai sarana dakwah sekaligus media informasi bagi para jamaah Santrendelik atau yang biasa disebut dengan Tobaters. Disamping itu Santrendelik yang selalu mengemas kontek dakwahnya dengan visual yang menarik, *out of the box* dan selalu disesuaikan dengan konteks kekinian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Muh. (2019). “Syarat Komunikasi Seni”, dalam [https://www.academia.edu/41284256/SYARAT\\_KOMUNIKASI\\_SENI](https://www.academia.edu/41284256/SYARAT_KOMUNIKASI_SENI).
- Djoko Purwanto, (2011). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Ita Suryani “Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015 (Studi Social Media Marketing pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat),” *Jurnal Komunikasi*, 8, no.2 (2014): 126.
- Lili Adi Wibowo dan Donni Juni Priansa, (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Michael Ch Raintung “Pemasaran Online Produk Unggulan Kota Manado Melalui Media Sosial Online,” *Jurnal Emba*, 7. 4 (2019): 5278.
- Milles, Matthew B & A. Michael Huberman, (1992, Analisis Data Kualitatif. Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi, Jakarta: UI Press.
- Nur Inah, Ety. (2013). “Peranan Komunikasi dalam Pendidikan”, *Jurnal Al-Ta’dib*, Vol. 6, Nomor 1. Januari-Juni.
- Nurhadi, Zikri Fachrul. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*, Depok: Kencana.
- Oktavia, Fenny. (2016). “Upaya Komunikasi Intrapersonal Kepala Desa dalam Memediasi Kepentingan PT Bukit Borneo Sejahtera dengan Masyarakat Desa Long Lunuk”, *e-Journal Ilmu*

Komunikasi, Volume 4, Nomor 1, 2016: 239-253.

Piliang, Y.A. (2003). *Hipersemiotika, Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Penerbit Jalasutra.

Stephanie Diamond, *The Visual Marketing Revolution*, terj. Dvi Shifa Intika Sari (Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2015), 263-268.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Takari, Muhammad. (2017). "Menuju Polarisasi Ilmu Komunikasi untuk Kajian Seni Pertunjukan Melayu", Dipresetasikan dalam Seminar Dies Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sumatera Utara 2017, dalam

[https://www.researchgate.net/publication/319325482menuju\\_polarisasi\\_ilmu\\_komunikasi\\_untuk\\_kajian\\_seni\\_pertunjukan\\_melayu..](https://www.researchgate.net/publication/319325482menuju_polarisasi_ilmu_komunikasi_untuk_kajian_seni_pertunjukan_melayu..)

Yunus, Pangeran Paita. (2020). "Komunikasi Ekspresif Estetik Karya Seni", *Journal of Media Communication Science*, Vol. 3, No. 2, hlm 70-77.

PERSETUJUAN RESUME  
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : IKHWAN SYAEFFULLEH

NIM : 68190534

Tanggal Sidang : \_\_\_\_\_

Judul Karya Akhir : PERILAKU KOMUNIKASI DAKWAH MELALUI MEDIA

SOSIAL DI PONDOK SANTREN BELIK PADA

GENERASI MUDA KOTA SEMARANG

Jakarta, 14 Agustus 2003  
Mahasiswani

~~Pembimbing~~

~~Kwik Kian Gie~~ (Institusit Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institusit Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

~~Hal. Ciri dan Plindungi Undang-Undang~~  
~~Dianggap sebagai sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan mel~~  
~~Penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,~~

~~Beberapa NURRIZQI S S05, MA (Comms)~~