

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Pondok pesantren adalah lembaga pendidikan Islam yang telah menjadi ciri khas pendidikan Islam di Indonesia. Tidak hanya menawarkan opsi pendidikan alternatif di luar institusi pendidikan negeri, tetapi juga memberikan pilihan utama bagi orang tua untuk menitipkan anak-anak mereka untuk pendidikan agama Islam<sup>1</sup>. Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan agama Islam yang dipimpin oleh seorang atau beberapa kyai, dan setiap kyai memiliki karakteristik unik. Pondok pesantren telah ada sejak lama dan dihormati oleh masyarakat dengan sistem asrama (komplek) atau tinggal menetap di lingkungan pondok pesantren. Santri menerima pendidikan melalui sistem pengajian atau madrasah, yang diajarkan langsung oleh ustadz dan ustadzah<sup>2</sup>.

Pondok pesantren memiliki peran yang sangat besar dalam menyebarkan pendidikan dan ajaran agama Islam. Seperti halnya pondok pesantren telah berkembang dari era tradisional ke era modern, salah satunya ditandai dengan penggunaan platform media sosial dalam media penyebaran informasi telah berkembang menjadi alat yang efektif untuk berkomunikasi dan mempromosikan kegiatan pesantren di era kontemporer<sup>3</sup>. Oleh karena itu, penggunaan media sosial, seperti Instagram, menjadi semakin penting bagi pondok pesantren untuk memperluas jangkauan dan memperkenalkan kegiatan mereka kepada masyarakat umum. Menurut sejumlah studi, penggunaan media sosial dalam konteks pesantren, termasuk promosi dan dakwah, sangat penting sehingga dapat diketahui bahwa penggunaan media

---

<sup>1</sup> Syahrani Syahrani, "Peran Wali Kelas Dalam Pembinaan Disiplin Belajar Di Pondok Pesantren Anwarul Hasaniyyah (Anwaha) Kabupaten Tabalong," *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 16, no. 1 (2022): 50.

<sup>2</sup> Nursaimah Harahap, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Annaqosabandy Kec.Hulu Sihapas Kab.Padanglawas Utara" (n.d.): 1–17.

<sup>3</sup> Heni Khotijah, "Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Mempromosikan Pondok Pesantren Mahasiswa (Ppm) Al-Hikmah Semarang Barat Melalui," no. December (2023).

sosial Instagram sebagai media promosi dapat meningkatkan visibilitas dan engagement Pondok Pesantren melalui pengoptimalan media sosial Instagram<sup>4</sup>.

Pesantren telah melakukan adaptasi dengan kemajuan teknologi, salah satunya Instagram, Youtube sebagai media informasi, media dakwah. Seperti halnya pondok pesantren Walisongo Ngabar yang menggunakan media sosial Instagram sebagai media informasi<sup>5</sup>, yang merupakan salah satu pondok pesantren terbesar di Kabupaten Ponorogo, Provinsi Jawa Timur. Pondok Pesantren Walisongo Ngabar menggunakan media sosial Instagram sebagai media informasi seputar kegiatan dan kehidupan sehari-hari di dalam pondok. Berbagai Pondok Pesantren selain Pondok Pesantren Walisongo Ngabar telah beradaptasi dengan berbagai media informasi terkini seperti media sosial Instagram dapat mendapatkan keterlibatan yang positif dengan audiens online dengan menggunakan strategi pull dan push di akun Instagram untuk membangun citra positif<sup>6</sup>. Media promosi melalui Instagram memiliki audiens atau followers. Followers Instagram yang mengikuti akun media sosial Pondok Pesantren Walisongo Ngabar terdiri dari publik, santri, wali santri, partisan.

**Gambar 1.1 Tabel Observasi Instagram Pondok Pesantren Kabupaten Ponorogo**

No	Nama Pesantren	Nama Akun Instagram	Followers	Engagement	Likes	Comments
1	Pondok Modern Darussalam Gontor	@pondok.modern.gontor	220.000	1.83%	429.500	27
2	Pondok Pesantren Ngabar	@ngabarexcellent	16.292	4.32%	15.168	63
3	Pesantren Putri Al-Mawaddah	@pesantren.putri.almawaddah	6.458	3.33%	262	1
4	Pondok Modern Arrisalah	@pmarrisalah	6.435	3.77%	263	1
5	Ma'had Muqoddasah	@almuqoddasah_tv	5.273	10.32%	882	13

(Sumber: hasil olahan peneliti, 2024)

<sup>4</sup> Harahap, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Annaqosabandy Kec.Hulu Sihapas Kab.Padanglawas Utara."

<sup>5</sup> @ngabarexcellent, "Ngabar Excellent (@Ngabarexcellent)• Instagram Photos and Videos," *Instagram.Com*, last modified 2024, accessed March 5, 2024, <https://www.instagram.com/ngabarexcellent/>.

<sup>6</sup> Khotijah, "Strategi Komunikasi Public Relations Dalam Mempromosikan Pondok Pesantren Mahasiswa ( Ppm ) Al-Hikmah Semarang Barat Melalui."

Berdasarkan observasi peneliti<sup>7</sup>, Pondok Pesantren Walisongo Ngabar mendapati posisi tertinggi kedua pesantren dengan jumlah followers di kabupaten Ponorogo dalam penggunaan Instagram dengan jumlah pengikut dan jumlah suka yang banyak setelah Pondok Modern Darussalam Gontor. Namun, tingkat keterlibatan publik dinilai rendah, dengan skor 4,32%, yang seharusnya mewakili tingkat keterlibatan 4,8 %. Hal ini dapat disebabkan dengan kurangnya komunikasi dialogis terhadap publik yang dapat mempengaruhi tingkat keterlibatan dengan publik di media sosial Instagram. Hal ini menunjukkan juga bahwa penggunaan media sosial Instagram sebagai media yang aktif banyak digunakan oleh pondok pesantren sebagai media informasi<sup>8</sup>.

Pondok Pesantren Walisongo Ngabar menggunakan Instagram sebagai media sosial yang paling diminati hingga saat ini. Beberapa penelitian tentang pondok pesantren menggunakan Instagram sebagai media promosi menunjukkan bahwa pondok pesantren telah memperbarui metode untuk menyebarkan dakwah dan informasi dengan teknologi saat ini. Selain menyebarkan informasi, Pondok Pesantren Walisongo Ngabar dapat melakukan interaksi komunikasi dialogis atau komunikasi dua arah (antarpersonal) dengan pengikut di Instagram atau *followers*, Ini dapat mencakup interaksi di laman komentar, *fitur stories*, *Display Messages* (DM) didalamnya.

Komunikasi dialogis terjadi antara organisasi dan masyarakatnya dalam dua arah atau antar individu<sup>9</sup>. Hal ini juga terjadi pada media sosial Instagram Pondok Pesantren Walisongo Ngabar, karena terdapat interaksi berupa komentar, suka pada postingan akun Instagram. Menurut Michael L Kent dalam melakukan komunikasi dialogis terdapat beberapa prinsip yang

---

<sup>7</sup> Phlanx.com, "Instagram Engagement Calculator," last modified 2024, accessed March 5, 2024, <https://phlanx.com/engagement-calculator>.

<sup>8</sup> Alfianadra Wafiq Pradana and Mohammad Luthfi, "Efektivitas Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Pondok Modern Darussalam Gontor" 7, no. 1 (2024), <http://dx.doi.org/10.21111/sjic.V7i1.12471>.

<sup>9</sup> Michael L Kent, "Building Dialogic Relationships Through the World Wide Web" 24, no. 3 (1998): 321–334.

wajib digunakan salah satunya ialah lingkaran dialogis, dimana media yang digunakan memungkinkan publik untuk bertanya kepada organisasi dan, yang lebih penting lagi, memberikan kesempatan kepada organisasi untuk menanggapi pertanyaan, kekhawatiran dan masalah<sup>10</sup>.

Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga dapat meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap Pondok Pesantren<sup>11</sup>. Seperti halnya interaksi antara followers dan akun Instagram Pondok Pesantren Walisongo Ngabar dapat mempengaruhi tingkat keterlibatan. *Public engagement* atau keterlibatan publik dalam media sosial Instagram dapat didefinisikan sebagai alat yang mengukur pembagian publik, *like* (suka), dan juga komentar publik terhadap upaya media sosial perusahaan online. *Public engagement* atau tingkat keterlibatan merupakan bagaimana proses interaksi dua arah antara *followers* dan akun Instagram @ngabarexcelent dalam media sosial Instagram sering disamakan dengan "like", memberikan komentar atau tweet tentang perusahaan atau proses bagi organisasi untuk melibatkan publik dalam berbagai aspek kegiatan organisasi<sup>12</sup>.



---

<sup>10</sup> Kent, "Building Dialogic Relationships Through the World Wide Web."

<sup>11</sup> Kata Kunci, "STRATEGI PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PONDOK PESANTREN AL- BAQIYATUSSA ' DIYAH" 1, no. 2 (2024): 1–13.

<sup>12</sup> Alenka Jelen-Sanchez, "Engagement in Public Relations Discipline: Themes, Theoretical Perspectives and Methodological Approaches," *Public Relations Review* 43, no. 5 (2017): 934–944.

Gambar 1. Engagement Rate Instagram



(Sumber: [www.phlanx.com](http://www.phlanx.com))<sup>13</sup>

Pondok Pesantren Walisongo Ngabar merupakan salah satu pondok pesantren yang menggunakan Instagram sebagai media untuk memberikan informasi dan dakwah. Pondok Pesantren Walisongo Ngabar memiliki akun Instagram @ngabarexcellent. Peneliti meninjau akun Instagram @ngabarexcellent bahwasannya jumlah pengikut Instagram @ngabarexcellent dengan jumlah rata-rata engagement pada konten yang diunggah @ngabarexcellent masih berbanding jauh. Berdasarkan perhitungan engagement rate tools Phlanx.com diatas, tingkatan *engagement rate* sebesar 4,32%. Hal ini merupakan kategori kurang optimal karena kurang di syarat rata-rata engagement rate yaitu 4,8% tingkat keterlibatan Instagram, menurut analisis phlanx.com. Analisis ini menunjukkan bahwa akun Instagram @ngabarexcellent, yang memiliki 16.292 *followers*<sup>14</sup> dan *engagement rate* 4,32%, dengan nilai rata-rata 4,8%, akun ini berada di rentang 5.000 hingga 20.000 *followers* termasuk dalam kategori tidak

<sup>13</sup> "Engagement Calculator | Phlanx," *Phlanx.com*, last modified 2024, accessed March 5, 2024, <https://phlanx.com/engagement-calculator>.

<sup>14</sup> @ngabarexcellent, "Ngabar Excellent (@Ngabarexcellent) • Instagram Photos and Videos."

optimal dan engagement yang sedikit menandakan kurangnya keterlibatan akun Instagram dengan publik dan hal ini juga dapat berpengaruh pada seberapa *besar engagement rate*.

Melibatkan diri atau *Engagement* dalam organisasi melalui media sosial Instagram sangat penting untuk menciptakan publik yang aktif dan komunikatif. Organisasi dapat menarik perhatian publik dengan memberikan like, komentar, dan berbagi konten yang menarik, visual, dan interaktif. Organisasi juga dapat terlibat dengan audiens melalui komentar dan pertanyaan Instagram untuk membangun hubungan media sosial yang kuat.

Beberapa penelitian sebelumnya digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini, yaitu penelitian yang telah dilakukan oleh Michael L. Kent dan Maureen Taylor<sup>15</sup> tentang 5 prinsip komunikasi dialogis meliputi; *dialog loop, the usefulness information, the generation of return visit, the intuitiveness, the rule of conservation of visitors*. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Michael L. Kent menunjukkan bahwa media sosial, seperti Internet, memiliki kapasitas yang luar biasa untuk berfungsi sebagai alat yang dapat membantu orang berbicara satu sama lain secara dialogis. Banyak praktisi hubungan masyarakat yang rutin berkomunikasi dengan puluhan ribu orang dan puluhan publik pada waktu yang sama, masing-masing dengan kepentingan tertentu, karena keberadaan internet dan media sosial yang semakin berkembang<sup>16</sup>.

Sejalan dengan teori Ken Taylor dengan hasil penelitian Qiang Chen<sup>17</sup> bahwa komunikasi dialogis yang optimal dapat menghasilkan keterlibatan publik yang baik sesuai dengan 5 indikator yang dikemukakan oleh Ken Taylor yaitu; 1) lingkaran dialogis dimana akun perusahaan harus saling berkomunikasi dengan dua arah dengan audiens demi mendapatkan feedback dan keterlibatan publik, 2) kemudian kegunaan informasi yang

---

<sup>15</sup> Kent, "Building Dialogic Relationships Through the World Wide Web."

<sup>16</sup> Kent, "Building Dialogic Relationships Through the World Wide Web."

<sup>17</sup> Qiang Chen et al., "Computers in Human Behavior Dialogic Communication on Local Government Social Media during the First Wave of COVID-19 : Evidence from the Health Commissions of Prefecture-Level Cities in China," *Computers in Human Behavior* 143, no. February (2023): 107715, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107715>.

penting dalam penyampaian kepada audiens karena audiens datang mengunjungi akun perusahaan karena sesuatu yang diinginkan seperti halnya informasi yang berguna, 3) generasi kunjungan kembali atau upaya akun perusahaan agar audiens berkomunikasi tanpa putus dengan menggunakan fitur *display message* dan komentar, 4) intuitif atau kemudahan antarmuka yang dimaksud ialah bagaimana akun media sosial perusahaan memudahkan audiens dalam menyampaikan pesan yang deskriptif dan disajikan dengan teks yang kompleks dan baik, 5) konservasi pengunjung ialah bagaimana akun perusahaan menghindari dari menyediakan iklan kepada audiens demi keterlibatan publik yang baik karena komunikasi dialogis merupakan tujuan interaksi dan bukan pemasaran.

Maka untuk membangun *public engagment* yang baik terkhusus pada Instagram Pondok Pesantren Walisongo Ngabar dengan public engagement yang rendah, untuk membangun *public engagement* yang optimal maka penerapan teori komunikasi dialogis yang optimal melalui 5 indikator yang dikemukakan oleh Ken dan Taylor<sup>18</sup>. *Dialogic loop* yaitu Pondok Pesantren Walisongo Ngabar ketika melakukan komunikasi, melalui penerapan prinsip lingkaran dialogik dan berinteraksi secara langsung melalui fitur Instagram yang ada, seperti laman komentar dan respons cerita. Dengan menerapkan indikator *the usefulness information*, Pondok Pesantren Walisongo Ngabar dapat menyampaikan pesan dan informasi yang merupakan aktual dan akurat untuk meningkatkan *public engagement*. Pondok Pesantren Walisongo Ngabar juga dapat menyediakan forum untuk komentar dan bertanya untuk audiens guna menerapkan indikator *the generation of return visit*. Pondok Pesantren Walisongo Ngabar dapat menyediakan informasi yang jelas dan memudahkan dan dapat dipahami oleh publik guna menerapkan indikator *the intuitiveness*. Kemudian, untuk menerapkan indikator *the rule of conservation of visitor* Pondok Pesantren Walisongo Ngabar juga tidak boleh menghalangi dan mempersulit publik dengan menyediakan iklan yang disponsori yang tidak akan mengalihkan perhatian pengunjung.

---

<sup>18</sup> Kent, "Building Dialogic Relationships Through the World Wide Web."

Berdasarkan uraian diatas dengan beberapa referensi penelitian, maka penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis judul “**Analisis Komunikasi Dialogis Pondok Pesantren Walisongo Ngabar Dalam Meningkatkan Public Engagement Melalui Instagram**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat ditarik rumusan masalah yang dikaji dalam pembahasan ini sebagai berikut:

- 1) Apakah penerapan prinsip komunikasi dialogis Pondok Pesantren Walisongo Ngabar dilakukan secara optimal dalam membangun public engagement melalui Instagram?
- 2) Seberapa optimal penerapan prinsip komunikasi dialogis Pondok Pesantren Walisongo Ngabar dalam membangun public engagement melalui Instagram?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari latar rumusan masalah yang dirinci, dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui penerapan prinsip komunikasi dialogis Pondok Pesantren Walisongo Ngabar dalam membangun public engagement melalui Instagram.
- 2) Untuk mengetahui seberapa optimal prinsip komunikasi dialogis Pondok Pesantren Walisongo Ngabar dalam membangun public engagement melalui Instagram.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dalam bidang komunikasi, khususnya kajian teori komunikasi dialogis dalam membangun hubungan baik dengan publik.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis hasil penelitan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi organisasi khususnya Pondok Pesantren



Walisongo Ngabar dalam mengoptimalkan komunikasi dialogis melalui Instagram.

