

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era modern ini, pertumbuhan teknologi jadi perihal yang tidak bisa dipungkiri. Dengan memaksimalkan fitur serta penggunaannya, teknologi modern saat ini dirasa mulai memudahkan aktivitas penggunanya diberbagai bidang, tercantum dari segi komunikasi. Mulai dari fitur keras semacam computer, smartphone, sampai wujud digital yang lain semacam internet, media social, ialah contoh dari pertumbuhan teknologi. Pertumbuhan ini sedikit demi sedikit mengganti wujud komunikasi warga dikala ini. Luasnya jangkauan internet serta media social dalam menyebarkan data dan menjalankan komunikasi yang nyaris tidak dibatasi ruang serta waktu, mulai membuat banyak pihak buat memakai media tersebut.

Social media ialah wujud nyata dari new media(media baru) yang berbasis kemajuan teknologi komunikasi serta data. Social media sudah dimengerti selaku wujud baru komunikasi di internet yang didukung bermacam aplikasi aplikasi, yang mengizinkan terbentuknya suatu interaksi yang dicoba para penggunanya. Social media ini mempunyai sebagian kelebihan, spesialnya pada kemampuannya dalam berbicara 2 arah yang interaktif, dan mempermudah penggunanya bisa mengakses bermacam tipe data. Kondisi ini sangat menunjang buat berbicara secara interaktif tanpa hambatan serta jarak (Rati, 2020).

Grunig (2009) pula mengemukakan kalau kedatangan social media sudah mengganti metode para praktisi dalam berpikir serta melakukan praktik- praktiknya serta berpikiran kalau perihal ini ialah suatu kekuatan revolusioner dallam bidang public relations. Grunig pula meyakini kalau dengan memaksimalkan kemampuan yang dipunyai oleh social media hingga aplikasi public relations hendak lebih mendunia, lebih strategis, terus menjadi bertabiat komunikasi 2 arah serta interaktif, simetris

ataupun dialogis serta lebih bertanggungjawab secara sosial. Perihal ini lumayan bisa mendasari kalau pada periode baru ini social media bisa dijadikan selaku salah satu media yang digunakan dalam strategi public relations dalam berbicara dengan publiknya (Pienrasmi, 2015).

Bersamaan dengan berkembangnya teknologi yang terus menjadi pesat, keadaan pula mempengaruhi terhadap suasana kehidupan sehari-hari dikala ini salah satunya merupakan media social. Dengan kemudahan yang diberikan oleh media social, tiap orang bisa memposting pemikirannya mengenai bermacam topic. Media social memungkinkan penggunaannya untuk mengajukan persoalan serta mendapatkan jawaban dengan cepat dari pengguna lain yang membacanya. Dengan memakai saluran komunikasi ini, bisa meningkatkan ikatan dengan pembaca. Media social pula ialah fasilitas yang pas serta efisien untuk melaksanakan komunikasi. Perihal ini disebabkan media social digunakan oleh warga dengan bermacam umur serta profesi diseluruh dunia. Komunikasi serta penyebaran data juga dapat dicoba dimana saja serta kapan saja.

Social media yang kian berkembang seperti youtube, facebook, twitter, Instagram, TikTok dan masih banyak lainnya, biasanya hanya dipandang sebagai sebuah hiburan bagi penggunanya. Social media juga banyak menimbulkan dampak positif dan juga negative yang cukup berpengaruh. Salah satu media social yang saat ini terus melakukan inovasi atau pembaruan yaitu instagram.

Dari begitu banyaknya media sosial, yang terkenal serta terus menghadapi peningkatan ataupun update yakni instagram. Instagram hingga ini tumbuh pesat dengan bermacam inovasi fitur- fitur yang didatangkan. Brand- brand besar yang pula ikut meramaikan instagram dengan *followers* yang melimpah. Instagram secara tidak langsung

dijadikan selaku media promosi yang digunakan secara baik untuk kepentingan perorang maupun organisasi.

Akun instagram @buyayahya_albahjah pun turut serta meramaikan instagram. Salah satu lembaga dakwah yang terletak di Cirebon, yang menggunakan media sosial menjadi perlengkapan untuk mempublikasikan aktivitas ataupun program yang dikerjakannya.

Pondok Pesantren Al-Bahjah mempromosikan program-program yang diselenggarakan melalui media social, yaitu instagram, youtube, facebook dan juga website. Dari berbagai macam social media yang digunakan ada social media dengan pengunjung terbanyak yaitu salah satunya instagram. Akun tersebut memiliki banyak followers hingga mencapai 4,1 juta *followers*. Albahjah mengupload berbagai macam konten yaitu: dakwah, jadwal pengajian rutin, program-program yang dilaksanakan dan lainnya. Konten-konten yang diuploadpun mendapatkan ribuan bahkan puluhan ribu *likes* dari para followersnya. Albahjah pun turut mengajak para *followers* untuk ikut serta dalam program tersebut.

Dalam programnya Al-bahjah menyerukan atau mengajak jamaahnya untuk ikut serta dalam wakaf pembangunan pondok sebagai amal jariyah yang tidak terputus pahalanya, sepanjang santri beribadah, mengaji dan sampai santri menjadi ulama pahala akan terus mengalir.

Dari tahun ke tahun pondok pesantren ini mengalami peningkatan dalam pengembangan lembaganya. Dibalik kemjuan pondok pesantren ini karena pemilik pondok pesantren yaitu Buya Yahya yang memiliki daya tarik tersendiri bagi jamaahnya, dibelakang itu ada kerja sebuah tim yang ikut serta dalam kemajuan lembaga pengembangan dakwah ini.

Program wakaf yang sukses dilakukannya membuat pondok pesantren ini secara perlahan bertambah semakin besar. Pada masa yang

sulit karena pandemic ini, Albahjah tetap berhasil mengembangkan pembangunan pondok pesantrennya. Semakin besar pondok pesantren artinya akan semakin banyak santri yang dapat dicetak serta dapat mengembangkan kegiatan dakwah yang dilakukan. Begitupun sebaliknya, ketika pembangunan pondok mengalami hambatan maka akan terhambat pula kegiatan dakwah yang dilakukan.

Dari permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk membuat penelitian mengenai *Optimalisasi Pemanfaatan Akun Media Sosial Instagram @buyayahya_albahjah Sebagai Alat Promosi Program Wakaf Pembangunan Pondok Pesantren Al-Bahjah*

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Masih banyaknya lembaga keagamaan yang belum mengoptimalkan media sosial untuk mempromosikan program yang dilakukan pondok pesantren
2. Banyak pondok pesantren yang sudah menggunakan media sosial untuk mempromosikan program pondok pesantren, sehingga dibutuhkan media sosial yang cocok untuk mempromosikan program wakaf pembangunan pondok.
3. Masih banyaknya pondok pesantren yang tidak mengikutsertakan jemaahnya dalam program wakaf pembangunan.

C. Pembatasan Masalah

Hasil penelitian ini optimal jika peneliti membatasi masalah untuk dapat memfokuskan penelitiain, untuk itu peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

1. Peneliti hanya meneliti pada optimalisasi pemanfaatam instagram di pondok pesantren al-bahjah

2. Subjek penelitian terfokuskan pada promosi program wakaf pembangunan pondok pesantren al-bahjah

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas maka dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana optimalisasi pemanfaatan akun instagram @buyayahya_albahjah sebagai alat promosi program wakaf pembangunan pondok pesantren al-bahjah?
2. Bagaimana bentuk konten akun instagram @buyayahya_albahjah dalam mengemas pesan untuk mempromosikan program wakaf pembangunan pondok pesantren al-bahjah?
3. Bagaimana efektifitas akun instagram @buyayahya_albahjah sebagai alat promosi program wakaf pembangunan pondok pesantren al-bahjah?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui optimalisasi pemanfaatan akun instagram @buyayahya_albahjah sebagai alat promosi program wakaf pembangunan pondok pesantren al-bahjah.
2. Untuk mengetahui bentuk konten akun instagram @buyayahya_albahjah dalam mengemas pesan untuk mempromosikan program wakaf pembangunan pondok pesantren al-bahjah.
3. Untuk mengetahui efektifitas akun instagram @buyayahya_albahjah sebagai alat promosi program wakaf pembangunan pondok pesantren al-bahjah.

F. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi bagi khazanah pengembangan keilmuan, pengetahuan serta kajian komunikasi dan penyiaran di jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Terutama pengembangan kajian optimalisasi pemanfaatan akun media social instagram @buyayahya_albahjah sebagai alat promosi program waqaf pembangunan pondok.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan akan menjadi masukan, rujukan dan pedoman dalam merumuskan kebijakan, melaksanakan program dan menyelesaikan masalah dibidang public relation melalui media sosial bagi para stake holders yaitu jurusan komunikasi dan penyiaran Islam, para *public relation* di media sosial, dan para lembaga dakwah.

