

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi, informasi, dan komunikasi salah satunya media digital merupakan media yang menyimpan data dengan format digital, serta memancarkan dan menerima informasi melalui digital. Digital disini bisa berupa internet yang didalamnya berupa *website, blog, email, serta social media* lainnya. Penggunaan media digital di salah satu lembaga yaitu pesantren merupakan pokok dari penelitian ini. Seperti dilansir dalam *online media* bahwa generasi millineial belajar agama lewat media sosial, yang mana anak muda sekitar umur 15-24 tahun mengakses media digital khususnya media sosial untuk belajar agama. Seperti mengakses ceramah ataupun tausiyah yang secara mudah dan dimana pun serta kapanpun ketika mengingkannya. Peran media digital khususnya media sosial telah mempengaruhi peran pendidikan agama khususnya pada anak muda yang mendapati julukan 'zaman *now*'. Sehingga anak muda mengalami hibridasi identitas. Hibridasi identitas ditandai oleh adanya proses persilangan afiliasi dan orientasi keagamaan berdasarkan dinamika dan interaksi sosial politik keagamaan yang dialami di lingkungan sosialnya. Dan fenomena ini relatif dominan sedang terjadi pada kaum muda muslim pada era sekarang.

Penelitian mengenai pemanfaatan platform media digital di pesantren dilakukan peneliti karena beberapa alasan. *Pertama*, salah satu media digital yang diminati di era sekarang yaitu media sosial. Menurut Doweah dalam penelitiannya (2012, hlm.1) mengungkapkan bahwa media sosial adalah media interaksi sosial sebagai sebuah kumpulan yang melampaui komunikasi sosial. Keuntungan dari media sosial ini yaitu bisa berbagi pengetahuan *online* dan informasi antara kelompok-kelompok orang yang

berbeda. Dengan ini secara *online* informasi juga mempromosikan peningkatan keterampilan komunikasi antara orang-orang terutama di kalangan pelajar/mahasiswa dari lembaga pendidikan. Sedangkan menurut Kilgour (2014, hlm: 327) menyatakan bahwa media sosial merupakan media interaksi partisipatif, ada nilai signifikan dalam penggunaannya untuk mengubah pesan organisasi menjadi suatu yang dipandang sebagai pesan sosial.

Platform media digital menjadi salah satu media komunikasi dalam keberlangsungan suatu organisasi. Interaksi yang disampaikan melalui media bisa didapatkan dengan mudah oleh khalayak masyarakat. Menurut Kaptan dan Haenlein dalam Kilgour, dkk (2014, hlm.327) menyebutkan bahwa media sosial memberikan potensi untuk berinteraksi dengan pengguna yang terlibat dan untuk membangun hubungan dengan individu yang akan mewakili organisasi dengan cara yang positif untuk masyarakat. Pesan yang dianggap sebagai sumber komersial informasi sekarang dianggap sebagai sumber sosial yang kini disebut sebagai proses transformasi media sosial. Dilansir dalam media bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada 1998 baru mencapai 500 ribu, tapi pada 2017 telah mencapai lebih dari 100 juta, hal ini merupakan perkembangan teknologi, luasnya jangkauan layanan internet, serta makin murahnya harga gadget (gawai) untuk akses dunia maya membuat pengguna internet tumbuh cukup pesat. Dalam data survei APJII mengenai pengguna internet, pada 2017 mencapai 142 juta jiwa atau sebesar 54,69 persen dari total populasi. Pengakses internet pada tahun sebelumnya tumbuh 7,9% dan tumbuh lebih dari 600% dalam 10 tahun terakhir. Penggunaan internet ini tidak hanya dilakukan oleh setiap individu saja, melainkan setiap organisasi atau perusahaan yang berkepentingan untuk informasi public.

Kedua, persentase masyarakat lebih banyak berperan aktif di media digital. Menurut Koiso, dkk dalam (Kilgour, 2014, hlm.327) menyebutkan bahwa konsumen memainkan peran aktif dalam ruang media. Dalam mencapainya, suatu

organisasi harus berhati-hati mengelola apa yang dikatakan atau disampaikan karena telah terjadi pertumbuhan minat dalam apa yang disebut sebagai pemasaran konten. Media digital sarana komunikasi pada zaman sekarang yang menjadi peminat dari khalayak. Media sosial salah satunya yang mengubah cara organisasi dalam berkomunikasi, banyak media sosial yang tersedia saat ini dan sangat hemat biaya dibandingkan dengan pendekatan tradisional seperti *email* dan iklan *online*. Posting *blog* dan *tweet* memungkinkan perusahaan untuk menciptakan komunitas, menawarkan umpan balik segera atau bantuan, dan mempromosikan produk dan layanan mereka (Doweah, 2012, hlm.1).

Ketiga, media digital menjadi salah satu alat komunikasi dalam pencapaian tujuan. Hal ini didukung dalam penelitian Udoudo & Ojo (2016, hlm: 1) menyatakan bahwa media yang baru merujuk pada sistem komunikasi dimana *platform* media diakses melalui internet dan digunakan untuk tujuan menciptakan konten, memodifikasi konten, dan berbagi informasi melalui penggunaan perangkat digital. Dalam penggunaan media sosial tentunya menggunakan internet sebagai dasar utama untuk mentransfer informasi. Perbedaan diantara media sosial melibatkan beberapa proses interaksi sosial ini berbeda. Media digital seperti *website*, *facebook*, *google+*, *blog*, *youtube*, *instagram*, dan *twitter*, yang ditulis dengan gaya yang ditulis oleh organisasi ataupun perorangan (Kilgour,dkk, 2014, hlm.328). Media sosial memungkinkan pengguna untuk mencari pemuasan yang menghasilkan konten di media sosialnya (Clavio & Walsh, 2013, hlm.17).

Penelitian Kilgour (2014, hlm,333) terkait salah satu media digital yaitu manfaat atau nilai dari media sosial, ketika pesan perusahaan dicapai dan masyarakat mendukung serta menyebar. Dengan hal tersebut maka masyarakat akan melihat dan status hubungan antar masyarakat dengan perusahaan akan berdampak positif pada pesan tersebut. Pada penelitian ini juga mengatakan bahwa hal penting bagi organisasi untuk memahami bagaimana berbagai kelompok pengguna mempengaruhi, menerima, pendeta, dan berinteraksi melalui media digital. Semakin

besar kedalaman pengetahuan ini, semakin besar efektivitas strategi pemasaran konten dikembangkan oleh suatu organisasi.

Kebutuhan informasi yang diperlukan masyarakat merupakan salah satu tugas dari sebuah organisasi. Salah satunya dengan mengakses internet dan memposting informasi-informasi serta edukasi yang bermanfaat bagi masyarakat. Baik itu informasi mengenai organisasi maupun bagi masyarakat. Dalam penelitian ini lembaga pesantren telah dianggap sebagai lembaga model yang unggul dalam tradisi ilmiah yang dianggap sebagai tradisi yang hebat, juga disisi transmisi dan internalisasi moralitas. Untuk masa sekarang, peranan pesantren tetap penting walaupun sudah bergeser karena perbedaan zaman dan situasi yang dihadapi. Dimasa depan, peranan pesantren dipredisikan akan tetap besar, mengingat banyaknya problematika kehidupan yang dihadapi masyarakat berupa himpitan hidup yang menyebabkan kebimbangan pikiran (Muflih dkk, 2014,hlm. 59-60).

Penelitian ini masuk pada konsep *new media* dari McQuail (2011, hlm. 150) yang menyatakan bahwa internet merupakan lembaga media yang mempunyai beberapa ciri. Pertama, internet biasa disetrakan dengan pengolahan, pertukaran dan penyempaan yang tidak hanya berkaitan dengan produksi dan distribusi pesan. Kedua, *new media* ini merupakan lembaga komunikasi masyarakat dengan sistem yang lebih privat dan dikelola dengan layak oleh setiap lembaganya. Ketiga, dalam sisitem pegelolaannya media baru ini tidak seteratur dari media massa lainnya dalam artian lembaga professional dan birokratis. Seiring berkembangnya zaman masyarakat khususnya di Indonesia lebih banyak bekerja seecara otomatis melalui media digital yang ada dari konsep media baru ini,yang tadinya bekerja secara manual. *New media* atau yang lebih dikenal dengan media baru merupakan perkembangan teknologi komunikasi. Media baru ini mengkombinasikan gambar, teks, suara dan video dengan menggunakan teknologi komputer dan di publikasikan dengan internet. Menurut Vivian, Jhon (2008, hlm: 16) media baru yang digambarkan adalah media digital yang memiliki karakteristik bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif, dan tidak memiliki. Dengan kemunculan *new media* ini

memberikan dampak besar terhadap kehidupan manusia. Mulai dari cara berpikir, budaya, pola kehidupan masyarakat dan hampir segala aspek kehidupan manusia. Dengan ini terminology media digital digunakan untuk menjalankan segala bentuk komunikasi media.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Udoudo & Ojo (2016, hlm 1-2) menjelaskan di Nigeria, penggunaan media baru telah membuka, terutama di bidang jaringan sosial dan komunikasi organisasi, tapi masih mencoba untuk datang ke penggunaan dalam proses belajar mengajar. Media baru telah menyebar tentakel di sekitar aktivitas manusia besar yang berbeda, termasuk sistem pendidikan melalui pengenalan bertahap media untuk beberapa pembibitan, primer, dan sekolah menengah. Namun disini peneliti akan melihat bagaimana pemanfaatan media di sebuah organisasi yaitu pesantren.

Menurut Hanun, Farlda (2011, hlm: 1) menyatakan bahwa pesantren merupakan lembaga pendidikan agama yang tumbuh, berkembang di masyarakat pedesaan dan bersifat tradisional. Seiring berjalannya waktu perkembangan kebudayaan dan peradaban dunia telah melahirkan suatu perubahan dalam semua aspek, termasuk dalam struktur sosial, *culture*, dan sistem pendidikan pesantren. Oleh karena itu, pesantren kemudian dijadikan sebagai agen perubahan (*agent of change*) yang diharapkan dapat berperan sebagai dinamisator dan katalisator penggerak pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) dalam menyongsong era global. Fenomena ini menunjukkan bahwa pesantren mampu melakukan adaptasi sesuai dengan kemajuan zaman dan kebutuhan masyarakat.

Menurut Gumilar, Gumgum dalam penelitiannya (hlm 2) saat ini internet dapat menyampaikan berbagai macam bentuk komunikasi mulai dari media cetak, siaran, film dan rekaman, dengan menggunakan system tanpa batas. Dengan hal tersebut internet melahirkan produk media baru dan persaingan baru dalam bisnis media. Teknologi internet terus berkembang sehingga diterapkan dan dipakai pada berbagai

bidang kehidupan manusia khususnya dalam sarana informasi dan komunikasi bagi organisasi.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Kilgour (2014, hlm,336) menjelaskan kembali bahwa keuntungan terbesar atas suatu organisasi dilihat dari investasi media social perusahaan, akan terwujud jika pengaruh utamanya benar-benar dirangsang dan diterima oleh penerima pesan sebagaimana apa yang mereka lihat di jejaring media sosial yang di pakai mereka. Dengan ini akan mendorong hubungan yang ada, keterlibatan, dan mendorong mereka untuk memperluas dan menyebar pesan melalui komunitas media sosial mereka.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratification* sebagai teori yang berhubungan dengan isi media, komunikasi dan dalam pengkategorian isi media menurut fungsinya (Ardianto,dkk. 2009, hlm. 74). Pada dasarnya model ini tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media bukan pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang. Studi pada penelitian ini memusatkan pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang (Ardianto,dkk. 2009, hlm. 73). Hal ini menekankan bahwa banyak khlayak yang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Sehingga kita harus mengetahui bagaimana pemanfaatan platform media digital yang dilakukan oleh suatu organisasi yaitu pesantren.

Penelitian ini akan menggunakan metode deskriptif kualitatif, karena peneliti membutuhkan data yang lebih detail dari informan. Penelitian deskriptif kualitatif ini cenderung mengarahkan penelitian kepada hasil analisis. Penelitian kualitatif sendiri merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2007, hlm.465).

Penelitian ini akan dilaksanakan di beberapa pondok pesantren yang berada di kabupaten Tasikmalaya. Alasan penelitian dilakukan di kabupaten Tasikmalaya karena kabupaten ini termasuk dalam salah satu kota santri di Indonesia.

Hal ini didukung dengan budaya masyarakat kabupaten Tasikmalaya yang kian hari kian menunjukkan identitasnya sebagai penghuni kota santri. Hal itu juga terlihat saat Tasikmalaya didaulat menjadi tuan rumah dalam penyelenggaraan MTQ tingkat nasional. Partisipasi warga begitu antusias dalam mengisi berbagai gelaran MTQ.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi bagi organisasi pesantren ataupun organisasi lainnya terkait pemanfaatan *platform* media digital. Penelitian ini diharapkan dapat mengurangi hambatan komunikasi digital yang terjadi. Media baru dalam mengakses media menjadi latar belakang untuk meningkatkan kompetensi dalam bermedia digital. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan platform media digital di pesantren. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini berjudul “Pemanfaatan *Platform* Media Digital di Pesantren”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat digaris bawahi bahwa rumusan masalah utama dari penelitian ini ialah mengenai:

1. Apa saja *platform* media digital yang digunakan pesantren?
2. Bagaimana pemanfaatan *platform* media digital tersebut?
3. Mengapa pesantren menggunakan *platform* media digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *platform* apa saja yang digunakan oleh pesantren.
2. Untuk mengetahui pemanfaatan *platform* media digital di pesantren.
3. Untuk mengetahui alasan pesantren menggunakan *platform* media digital.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat, seperti:

141 Segi Teori

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan peneliti dalam perspektif ilmu komunikasi yang berfokus pada kajian komunikasi digital maupun media digital. Penelitian ini diharapkan menjadi masukan oleh semua pembaca agar mengetahui apa saja platform yang digunakan, bagaimana pemanfaatan *platform* media digital di pesantren dan alasan pesantren menggunakan media tersebut.

142 Segi Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat menemukan prinsip-prinsip dasar kajian ilmu komunikasi dengan menggunakan konsep *new media*, serta memberikan kontribusi sebagai bahan referensi keilmuan komunikasi. Bagi pesantren diharapkan untuk mempertahankan maupun meningkatkan platform media digital yang sudah digunakan.

143 Segi Praktik

Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dalam melakukan penelitian platform media digital. Penelitian ini juga diharapkan menjadi acuan bagi pesantren atau organisasi lainnya untuk meningkatkan *platform* media digital yang digunakan.

144 Segi Isu dan Aksi Sosial

Penelitian ini diharapkan sebagai jawaban atas pengalaman pembaca yang pasti pernah mengalami dan atau melihat apa saja *platform* yang digunakan dan bagaimana pemanfaatannya di pesantren ataupun organisasi lainnya. Serta menjadi cermin untuk meningkatkan penggunaan *platform* media digital yang lebih baik.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Hasil penelitian ini ditulis dalam lima bab, masing-masing bab dibahas dan dikembangkan dalam beberapa sub bab. Secara sistematis sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan berisi latar belakang penelitian, identifikasi masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi penulisan skripsi. Bab ini menjelaskan apa masalah dan fenomena yang akan diangkat dalam penelitian. Mengapa masalah dari fenomena tersebut menarik dan sangat penting dilakukan. Kemudian bagaimana penelitian akan dijalankan dan untuk apa penelitian itu harus dilakukan.

BAB II : Kajian pustaka terdiri dari landasan konseptual yang memuat tentang teori-teori yang digunakan untuk menganalisis penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.

BAB III : Metode penelitian berisi prosedur penelitian yang akan dilakukan dimulai dari pendekatan penelitian yang digunakan, metode penelitian, objek penelitian yang diambil, instrument penelitian yang diterapkan, tahapan pengumpulan data hingga tahap analisis data yang dijalankan. dan sampel, instrumen penelitian, prosedur penelitian dan analisis data.

BAB IV : Berisi gambaran umum mengenai lokasi objek penelitian yaitu Pesantren yang menjadi objek penelitian. Kemudian pembahasan dan pemilihan mengenai profil informan penelitian. Selanjutnya, deskripsi terkait hasil dan pembahasan penelitian.

BAB V : Berisi simpulan-simpulan terkait penelitian yaitu apa saja platform media digital yang digunakan serta bagaimana pemanfaatan platform media digital di Pesantren. Kemudian penjelasan bagaimana implikasi-implikasi penelitian baik secara akademis maupun praktis. Selanjutnya, yaitu rekomendasi-rekomendasi penelitian baik secara akademis maupun praktis.

