

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PONDOK PESANTREN
KETERAMPILAN AL – IKHLAS PONOROGO DALAM
PEMBENTUKAN CITRA**

(Studi Deskriptif Pada Akun *YouTube* @Media Al Ikhlas)

SKRIPSI



Oleh :

Muhammad Chozinatul Asror

NIM. 302200131

Pembimbing :

Galih Akbar Prabowo, M.A.

NIP. 198803212023211015

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
P O N O R O G O
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO

2024

ABSTRAK

Chozinatul Asror, Muhammad. 2024. Efektivitas Komunikasi Pondok Pesantren Keterampilan AI – Ikhlas Ponorogo Dalam Pembentukan Citra (Studi Deskriptif Pada Akun *YouTube* @media AI Ikhlas). **Skripsi.** Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing Galih Akbar Prabowo, M.A

Kata Kunci : Efektivitas Komunikasi, Pondok Pesantren, *YouTube*, Citra

Pondok Pesantren Keterampilan AI – Ikhlas merupakan salah satu pondok pesantren yang menjadi pusat kegiatan santri kilat yang diminati oleh berbagai lembaga pendidikan, terutama sekolah-sekolah SMP dan SMK, baik selama bulan Ramadhan maupun di luar bulan Ramadhan. Pondok Pesantren Keterampilan AI - Ikhlas Babadan Ponorogo menggunakan sosial media *YouTube* sebagai media komunikasi yang mampu menjangkau masyarakat luas. *YouTube* mampu mengemas dan memasarkan pondok pesantren ke dunia luar. Kekhasan dan keunggulan pondok pesantren perlu ditonjolkan untuk mendapatkan *image* yang baik dimata masyarakat luar pondok. Memberikan citra yang positif kepada masyarakat bisa menambah tingkat kepercayaan masyarakat dengan lembaga semakin kuat. Apabila kepercayaan tinggi, pendekatan aktif, maka menghasilkan respons yang positif dan begitu sebaliknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan tanda komunikasi efektif dan juga prinsip komunikasi efektif dalam penggunaan akun *YouTube* untuk pembentukan citra pondok pesantren . Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah data terkumpul kemudian data dianalisis dan diolah dengan cara reduksi data, penyajian data, dan verifikasi/penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, komunikasi Pondok Pesantren Keterampilan AI - Ikhlas melalui akun *YouTube* @media AI Ikhlas sudah baik dalam beberapa aspek seperti pesan yang jelas, kesenangan dalam interaksi, pengaruh terhadap sikap masyarakat, hubungan sosial yang baik, dan mendorong tindakan positif. Namun, masih perlu perbaikan terutama dalam kelengkapan informasi yang disampaikan. Meskipun prinsip-prinsip komunikasi efektif telah diterapkan, perlu peningkatan terutama dalam visualisasi konten agar pesan lebih jelas dan diterima dengan baik oleh audiens. Komunikasi ini belum efektif dalam membentuk citra lembaga karena lembaga lain dalam menjalin kerja sama masih perlu mencari informasi dari sumber lain selain *YouTube*.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama Saudara:

Nama : Muhammad Chozinatul Asror
NIM : 302200131
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Efektivitas Komunikasi Pondok Pesantren Keterampilan
AI – Ikhlas Ponorogo Dalam Pembentukan Citra (Studi
Deskriptif Pada Akun *YouTube @media AI Ikhlas*)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 06 Maret 2024

Mengetahui,


Kajur

Menyetujui,

Pembimbing



Kayyis Fikri Ajhuri, M.A
NIP. 198306072015031004



Galih Akbar Prabowo, M.A
NIP. 198803212023211015



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
PENGESAHAN**

Nama : Muhammad Chozinatul Asror
NIM : 302200131
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Efektivitas Komunikasi Pondok Pesantren Keterampilan
AI – Ikhlas Ponorogo Dalam Pembentukan Citra (Studi
Deskriptif Pada Akun *YouTube* @media AI Ikhlas)


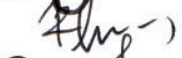

Skripsi ini telah di pertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 29 Mei 2024

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos) pada :

Hari : Senin
Tanggal : 10 Juni 2024

Tim Penguji :

1. Ketua Sidang : Kayyis Fithri Ajhuri, M.A. ()
2. Penguji : Dr. Ahmad Choirul Rofiq, M.Fil.I. ()
3. Sekretaris : Galih Akbar Prabowo, M.A. ()

Ponorogo, 10 Juni 2024

Mengesahkan
Dekan


Dr. Ahmad Munir, M.Ag
NIP. 096806161998031002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Alamat: Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo 63492
Website: <http://fuad.iainponorogo.ac.id> E-mail: fuad@iainponorogo.ac.id

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Chozinatul Asror
NIM : 302200131
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Judul : Efektivitas Komunikasi Pondok Pesantren Keterampilan

Al – Ikhlas Ponorogo Dalam Pembentukan Citra (Studi Deskriptif Pada Akun

YouTube @Media Al Ikhlas)

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses etheses.iainponorogo.ac.id adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut menjadi tanggung jawab penulis.

Ponorogo, 10 Juni 2024

Muhammad Chozinatul Asror

NIM. 302200131

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Chozinatul Asror

NIM : 302200131

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya dengan judul “Efektivitas Komunikasi Pondok Pesantren Keterampilan AI – Ikhlas Ponorogo Dalam Pembentukan Citra (Studi Deskriptif Pada Akun *YouTube* @Media AI Ikhlas)” merupakan hasil karya saya sendiri, bukan pengambilan alih tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 06 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Chozinatul Asror

NIM : 30200131

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial saat ini menjadi bagian utama dalam menunjang komunikasi. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki forum dan dunia virtual.¹ Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Beberapa contoh media sosial yang sedang berkembang saat ini yaitu tiktok, Instagram, facebook, twitter, *YouTube* dan lain lain.

YouTube merupakan satu dari banyaknya situs jejaring sosial yang sedang banyak digunakan, tidak hanya sebagai tempat untuk mengunggah *vlog* ataupun *daily life video*. Lebih dari itu, *YouTube* merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh lembaga sebagai media informasi dengan alasan mampu menjangkau audien yang lebih luas. Fenomena *YouTube* sebagai media informasi sangat luar biasa karena lebih dari 2 miliar pengunjung mengunjungi *YouTube* perharinya untuk memberikan dan mendapatkan informasi yang mereka inginkan, sehingga sulit rasanya untuk menampik situs ini sebagai situs video sharing terbesar di jagad dunia maya. Tren menonton *YouTube* semakin berkembang dengan pesat, dengan

¹ Nurul Fatmawati, "Pengaruh Positif Dan Negatif Media Sosial Terhadap Masyarakat," ., <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14366/Pengaruh-Positif-dan-Negatif-Media-Sosial-Terhadap-Masyarakat.html>. diakses pada 15 oktober 2023, pukul 19.30

pertumbuhan sebesar 60% setiap tahun dan impresif 40% setiap hari. Selain itu, jumlah penonton *YouTube* secara tahunan bahkan melonjak tiga kali lipat. Sementara itu, setiap harinya terdapat sekitar 100.000 video yang ditonton, dan tidak kurang dari 65.000 video diunggah tiap jamnya. Lebih dari 20 juta penonton *YouTube* mengunjungi platform ini setiap bulan, dengan mayoritas berada dalam kelompok usia 12 hingga 17 tahun.²

Pondok pesantren yang merupakan lembaga pendidikan tidak bisa bersikap menutup mata terhadap perubahan peradaban dunia yang kian maju yang ditandai dengan era informasi yang kian cepat. *YouTube* memiliki peran penting dalam sebuah lembaga selain sebagai media informasi *YouTube* juga sebagai media komunikasi kepada khalayak publik yang luas. Dengan menggunakan media *YouTube* diharapkan dapat menyampaikan citra positif lembaga pesantren di mata dunia.

Citra harus dikelola dengan baik melalui hubungan yang harmonis dengan khalayak atau publik, mengingat citra lembaga merupakan cerminan identitas lembaga tersebut. Citra suatu lembaga pada umumnya terbentuk berdasarkan berbagai komponen antara lain reputasi akademis atau mutu akademik dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kinerja profesionalitas kepala madrasah, guru serta staf yang terkait di madrasah, memiliki jaringan organisasi yang baik untuk guru dan orang tua murid,

² Renda Lestari, "Penggunaan YouTube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris. Makalah Seminar Nasional Kedua Pendidikan Berkemajuan Dan Menggembirakan, Universitas Muhammadiyah Surakarta," *Jurnal Pendidikan*, hal. 609.

serta kurikulum yang jelas agar tercipta lulusan yang baik pula. Selain itu alumni juga bisa menjadi agen *public relations* dan menyampaikan hal-hal yang positif terkait apa yang dilihat, yang dirasakan ketika dia mengenyam pendidikan di lembaga tersebut.

Dalam hal ini Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas Babadan Ponorogo merupakan salah satu lembaga pesantren yang menggunakan sosial media *YouTube* sebagai media komunikasi yang mampu menjangkau masyarakat luas. *YouTube* mampu mengemas dan memasarkan pondok pesantren ke dunia luar yang dikenal dengan *image branding*. Kekhasan dan keunggulan pondokpesantren perlu ditonjolkan untuk mendapatkan *image* yang baik di mata masyarakat luar pondok. Memberikan citra yang positif kepada masyarakat bisa menambah tingkat kepercayaan masyarakat dengan lembaga semakin kuat. Apabila kepercayaan tinggi, pendekatan aktif, maka menghasilkan respons yang positif dan begitu sebaliknya. Di sisi lain dengan memberikan citra yang positif suatu lembaga maka akan dilirik oleh lembaga lain untuk menjalin kerja sama. @media al ikhlas merupakan salah satu akun *YouTube* yang dikelola secara resmi oleh Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas Babadan Ponorogo, akun *YouTube* @media al ikhlas memiliki pengikut lumayan banyak yakni 2400 *subscriber*. Akun ini digunakan untuk memberikan informasi dari keseluruhan kegiatan yang ada di lembaga tersebut dengan tujuan pembetulan citra. Maka perlu dievaluasi seberapa efektif @media al ikhlas untuk membetuk citra lembaga, sebab citra lembaga menjadi salah satu point yang dapat menumbuhkan

kepercayaan lembaga lain untuk menjalin kerja sama dengan pondok pesantren keterampilan al ikhlas.

Berdasarkan data yang diambil dari *website* resmi Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas, kini setidaknya ada lima lembaga di lingkungan kabupaten Ponorogo yang sudah melakukan kerja sama dengan pondok pesantren keterampilan al Ikhlas. Di antaranya SMK PGRI 2 Ponorogo, SMPN 3 Ponorogo, SMPN 1 Babadan, SMPN 2 Ponorogo, dan SMPN 1 Geger. Sebagian besar lembaga lembaga yang sudah bergabung tersebut melakukan kerja sama dalam bentuk program pesantren kilat. Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas Babadan Ponorogo merupakan salah satu dari sekian banyak pondok pesantren yang menjadi rujukan lembaga umum untuk melakukan kerja sama. tidak hanya pesantren kilat bulan ramadhan saja, beberapa lembaga juga melakukan pesantren kilat dibulan selain bulan ramadhan.³

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pentingnya akun *YouTube* sebagai media komunikasi dalam membentuk citra lembaga pendidikan khususnya pondok pesantren.

³ zagitanank, "Post - Pondok Pesantren Al Ikhlas Babadan Jadi Rujukan Kerjasama SMP dan SMK di Ponorogo," LKS al-Ikhlas Ponorogo, accessed February 15, 2024, <http://www.lks-al-ikhlas-ponorogo.com/detailpost/pondok-pesantren-al-ikhlas-babadan-jadi-rujukan-kerjasama-smp-dan-smk-di-ponorogo>.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diambil beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana tanda tanda komunikasi efektif yang muncul dalam penggunaan akun *YouTube* untuk membentuk citra Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas ?
2. Bagaimana prinsip komunikasi efektif yang terimplementasi dalam membentuk citra Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas melalui *YouTube* ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan tanda tanda komunikasi efektif yang muncul dalam penggunaan akun *YouTube* untuk membentuk citra Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas.
2. Untuk mengetahui prinsip komunikasi efektif yang terimplementasi dalam membentuk citra Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas melalui *YouTube*

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang efektivitas penggunaan *YouTube*

dalam membentuk citra suatu lembaga khususnya lembaga pondok pesantren.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi secara tertulis maupun sebagai referensi bagi pembaca dalam meningkatkan citra Lembaga khususnya pondok pesantren. disisi lain peneliti juga berharap penelitian ini dapat memotivasi seseorang untuk berkarya melalui kanal *YouTube*.

E. Telaah Pustaka

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh saudara Rani Ulansari dengan judul *“Efektivitas Komunikasi Interpersonal Antara Perawat dan Pasien Rawat Inap di Rumah sakit Tipe B Andi Makkasau Kota Parepare”* dari Program studi Komunikasi Penyiaran islam Fakultas dakwah dan komunikasi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terlihat dengan hasil wawancara beberapa pasien tentang apa yang dirasakannya saat berkomunikasi dengan perawat. Efektivitas dari komunikasi itu sampai membantu pasien dalam proses penyembuhan penyakitnya, Efektifnya komunikasi perawat dan pasien terukur dari kecepatan penyembuhan pasien, kenyamanan pasien dalam pelayanan. Persamaan dengan penelitian yang kami lakukan terletak pada metode penelitan yakni sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan perbedaannya

terletak pada subyek penelitian. penelitian yang dilakukan oleh saudara Rani Ulansari menggunakan subjek penelitian perawat dan pasien Rumah Sakit (RS) Tipe B, sedangkan penelitian kami menggunakan subyek media sosial *YouTube*.⁴

Ke dua, Penelitian Yang dilakukan oleh Saudara Ali Akbar Aceh dengan judul “*Efektivitas YouTube sebagai media penyebaran informasi (Studi pada Serambi on TV)*” dari Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efek *YouTube* dalam menyebarkan informasi, dan juga untuk mengetahui tingkat efektivitas akun *YouTube* serambi on tv dalam menyebarkan informasi. Hasil penelitian ini adalah akun *YouTube* serambi on TV cukup berperan dalam penyebaran informasi efek kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial dan efek berkhayal. Efektifitas yang didapat Serambi on TV dalam menyebarkan informasi melalui *YouTube* adalah penggunaan yang praktis, jumlah subscriber yang semakin bertambah, mendapatkan penonton yang luas (global), dan mengikuti perkembangan zaman. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama sama meneliti media sosial *YouTube*. dan untuk perbedaannya yakni penelitian ini lebih fokus pada efek, hambatan dan tingkat efektifitas penggunaan *YouTube* untuk media penyebaran informasi.

⁴ Rani Ulansari, “Efektivitas Komunikasi Interpersonal Antara Perawat Dan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Tipe B Andi Makkasau Kota Parepare” (Skripsi, Parepare, STAIN Parepare, 2016), 1.

Sedangkan penelitian yang kami lakukan berfokus pada penggunaan akun *YouTube* dalam pembentukan citra.⁵

Ke tiga, Penelitian yang dilakukan oleh Saudara Fawaid Darsyah dengan judul *“Efektivitas Komunikasi Organisasi Dalam Pelaksanaan Program Kerja Kwartir Ranting Gerakan Pramuka Rangsang Barat Periode 2008-2011”* dari Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Uin Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh pengurus Kwartir Ranting kurang efektif, hal ini dikarenakan akses komunikasi organisasi yang sangat sedikit berpengaruh terhadap roda keorganisasian. Persamaan dengan penelitian yang kami lakukan yakni terletak pada metode penelitian yakni sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada subyek penelitian, saudara Fawaid Darsyah menggunakan subyek Pengurus Kwartir Ranting Gerakan Pramuka Rangsang Barat Kwartir Cabang Kepulauan Meranti, sedangkan kami menggunakan subyek media sosial *YouTube*.⁶

Ke empat, penelitian yang dilakukan oleh saudara Bella Nadyantana Mulia dengan judul *“Efektivitas Media Sosial Instagram @Fuadbakh*

⁵ Ali Akbar, “Efektivitas *YouTube* Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Serambi on TV)” (Skripsi, Banda Aceh, UIN Ar-Raniry, 2018), 1.

⁶ Fawaid Darsyah, “Efektivitas Komunikasi Organisasi Dalam Pelaksanaan Program Kerja Kwartir Ranting Gerakan Pramuka Rangsang Barat Periode 2008-2011” (Skripsi, Pekanbaru, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2012), 1.

Sebagai Media Dakwah (Ditinjau Dari Teori Jarum Hipodermik)” dari Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian tersebut adalah Akun instagram @fuadbakh cukup berperan sebagai media dakwah. Hal ini dibuktikan dengan adanya 14% (kategori tinggi) penggunaan instagram dan 17% (kategori tinggi) pengaruh dakwah akun @fuadbakh pada responden penelitian. Persamaan dengan penelitian yang kami lakukan yakni sama sama mengkaji efektivitas media sosial. sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian, penelitian yang dilakukan oleh saudara Bella Nadyantana Mulia menggunakan metode kuantitatif.⁷

Ke lima, Penelitian yang dilakukan oleh Misna Nopita Dewi dengan judul *“Efektivitas Komunikasi Antara Guru dan Murid dalam membentuk akhlak”* dari Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan jenis lapangan (field research). Hasil penelitian tersebut adalah komunikasi guru dalam membentuk akhlak ada yang efektif ada yang tidak efektif, tidak efektif karena komunikasi guru kepada murid lebih menggunakan komunikasi koersif / intruktif, mengandung perintah yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi atau ancaman kepada sasaran, sedangkan efektifnya

⁷ Bella Nadyantana Mulia, *“Efektivitas Media Sosial Instagram @fuadbakh Sebagai Media Dakwah (Ditinjau Dari Teori Jarum Hipodermik)”* (Skripsi, Ponorogo, IAIN Ponorogo, 2019), 1.

yakni ketika ada masalah guru membangun komunikasi musyawarah dan berupaya membangun komunikasi yang terbuka terhadap murid dan orang tua. Persamaan dengan penelitian yang kami lakukan yakni sama sama menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada obyek penelitiannya yakni dalam penelitian ini penulis menggunakan sosial media *YouTube* sebagai obyek penelitian sedangkan penelitian yang dilakukan oleh saudara Misna Nopita Dewi menggunakan obyek penelitian pendidikan.⁸

Ke enam, Penelitian Saudara Mekki Patria Darmawan dengan Judul “*Efektifitas Media Promosi YouTube Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Universitas Muhammadiyah Jember*” dari Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini yakni Humas ingin menyebarkan informasi secara luas dengan menggunakan channel *YouTube* agar Universitas Muhammadiyah Jember dapat dikenal lebih banyak kalangan dan masyarakat. disisi lain humas juga mempunyai keinginan atau motivasi untuk meperluas jaringan menyebarkan informasi seputar kampus dengan menggunakan media *YouTube* ini. Persamaannya dengan penelitian ini yakni sama sama meneliti media sosial *YouTube*. perbedaannya yakni pada

⁸ Misna Nopita Dewi, ““Efektivitas Komunikasi Antara Guru Dan Murid Dalam Membentuk Akhlak Kepada Murid SD Negeri Blang Menara Bener Meriah” (Skripsi, Banda Aceh, UIN Ar-Raniry, 2021), 1.

obyek yang digunakan, penelitian yang dilakukan saudara Mekki Patria menggunakan lembaga formal.⁹

Tabel 1.1 Perbandingan Peneliti Terdahulu

No.	Judul	Penulis	Persamaan	Perbedaan
1.	Efektivitas Komunikasi Interpersonal Antara Perawat dan Pasien Rawat Inap di Rumah sakit Tipe B Andi Makkasau Kota Parepare	Rani Ulansari	Sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Perbedaan terletak pada Subyek penelitian, penelitian saudara Rani Ulansari menggunakan subyek perawat dan pasien rumah sakit. Sedangkan penelitian kami menggunakan subyek sosial media <i>YouTube</i> .
2.	“Efektivitas <i>YouTube</i> sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV)”	Ali Akbar	Sama sama mengkaji penggunaa n media sosial <i>YouTube</i>	Perbedaan terletak pada fokus penelitian, penelitian saudara Ali Akbar focus pada efek, hambatan, dan tingkat efektivitas penggunaan <i>YouTube</i> untuk penyebaran informasi. Sedangkan kami focus penggunaan <i>YouTube</i> untuk pembentukan citra.

⁹ Mekki Patria Darmawan, “Efektifitas Media Promosi Youtube Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Universitas Muhammadiyah Jember” (Skripsi, Jember, Universitas Muhammadiyah Jember, 2019), 1.

3.	“Efektivitas Komunikasi Organisasi Dalam Pelaksanaan Program Kerja Kwartir Ranting Gerakan Pramuka Rangsang Barat Periode 2008-2011”	Fawaid Darsyah	Sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Perbedaan terletak pada subyek penelitian, penelitian saudara Fawaid Darsyah menggunakan subyek pengurus Kwartir Ranting Gerakan Pramuka, sedangkan kami menggunakan subyek sosial media <i>YouTube</i> .
4.	“Efektivitas Media Sosial Instagram @Fuadbakh Sebagai Media Dakwah (Ditinjau Dari Teori Jarum Hipodermik)”	Bella Nadyantana Mulia	Sama sama membahas efektivitas media sosial	Perbedaan terletak pada metode yang digunakan, penelitian saudara Bella Nadyantana Mulia menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan kami menggunakan metode kualitatif.
5.	“Efektivitas Komunikasi Antara Guru dan Murid dalam Membentuk Akhlak”	Misna Nopita Dewi	Sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Perbedaan terletak pada obyek penelitian, penelitian saudara Misna Nopita Dewi menggunakan obyek Lembaga Pendidikan formal sedangkan kami menggunakan obyek Lembaga pondok pesantren.

6.	“Efektivitas Media Promosi <i>YouTube</i> Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Universitas Muhammadiyah Jember”	Mekki Patria Darmawan	Sama sama meneliti penggunaa n media sosial <i>YouTube</i>	Perbedaan terletak pada obyek penelitian, penelitian saudara Mekki Patria Darmawan menggunakan obyek Lembaga Pendidikan formal sedangkan kami menggunakan obyek Lembaga pondok pesantren.
----	---	-----------------------	--	---

Sumber : Olahan Peneliti, 2024

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Di mana dalam penelitian ini, penulis melakukan dialog dengan subjek yang diteliti untuk memperoleh masukan berupa data- data lisan untuk kemudian melakukan pencatatan secara lengkap semua masukan yang diperoleh dari subjek tersebut. Data-data tersebut selanjutnya dideskripsi.¹⁰

Metode deskriptif adalah suatu metode yang meneliti suatu manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa ini. Dengan kata lain, tujuan peneliti dalam penelitian ini untuk membuat

¹⁰ Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006), 59.

deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara hubungan yang di selidiki.¹¹

Dalam penelitian ini maka peneliti dapat mengetahui secara langsung sumber permasalahan yang ada, peneliti akan mengungkapkan bagaimana peran akun *YouTube* @media al – Ikhlas dalam pembentukan citra pondok pesantren keterampilan Al – Ikhlas dengan cara menjelaskan, memaparkan dengan kata kata secara jelas dan terperinci melalui bahasa yang tidak berwujud nomor / angka.

2. Subyek Dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas Ponorogo yang beramatkan di Jl. Ponorogo - Madiun Km. 07 Kanten Babadan Ponorogo. Dalam hal ini, yang dijadikan subyek ialah akun *YouTube* @media al Ikhlas sebagai media komunikasi dalam membentuk citra pondok pesantren.

Sedangkan objek penelitian ialah sasaran dari penelitian, dimana sasaran penelitian tersebut tidak tergantung pada judul dan topik penelitian tetapi tergambar dalam rumusan masalah penelitian.¹² Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Efektifitas penggunaan akun *YouTube* @media al ikhlas sebagai media komunikasi dalam membentuk citra pondok pesantren.

¹¹ A. Rani Usman, *Etnis Cina Perantauan Di Aceh* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2009), 121.

¹² Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif, (Komunikasi, Ekonomi Dan Kebijakan Publik Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya,* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011), 76.

3. Data dan Sumber Data

Data merupakan sekumpulan informasi mengenai suatu hal yang diperoleh dari pengamatan atau penggalian dari sumber-sumber penelitian, berupa angka, huruf, grafik, gambar dan lainnya yang akan diolah hasilnya lebih lanjut. Data penelitian sendiri dapat dikategorikan menjadi dua pokok pembahasan, sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diambil langsung dari sumber asli berupa opini subjek terkait atau seseorang secara individu maupun kelompok dengan tidak melalui bantuan media.¹³ Adapun data primer yang akan diperoleh dalam penelitian ini merupakan hasil dari observasi, dan wawancara. Pertama, hasil wawancara diperoleh dari pihak pengelola akun *YouTube* @media al ikhlas untuk mendapatkan data yang diinginkan. Kedua, hasil wawancara pihak lembaga eksternal yang telah bekerja sama dengan pondok pesantren keterampilan al Ikhlas, antara lain pihak SMK PGRI 2 Ponorogo, SMPN 3 Ponorogo, SMPN 1 Babadan, SMPN 2 Ponorogo, dan SMPN 1 Geger. Ketiga, hasil wawancara diperoleh dari penonton / subscriber dari akun *YouTube* @media al – Ikhlas .

¹³ Sugiono., *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* (Bandung: Alfabeta, 2017), 23.

b. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang tidak dibatasi ruang dan waktu, hal ini bermakna bahwa peneliti tidak perlu hadir di lapangan secara langsung sebab data yang dibutuhkan sudah tersedia sehingga peneliti bertindak mencari dan mengumpulkan dari lokasi penelitian semata.¹⁴ Adapun data sekunder dalam penelitian ini berupa profil *YouTube* @media al – Ikhlas yang diperoleh dari internet, website resmi, dan dokumen arsip milik pondok pesantren keterampilan al Ikhlas

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan langkah kunci dalam mengamati dan mencatat fakta-fakta yang esensial bagi peneliti. Sebagai dasar dari ilmu pengetahuan, observasi memegang peranan penting karena ilmuwan mengandalkan data yang diperoleh dari pengamatan untuk memahami realitas secara lebih mendalam.¹⁵ Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang dilakukan secara sistematis terhadap kemunculan dari gejala-gejala yang ditimbulkan ketika penelitian. Observasi sendiri terbagi menjadi dua jenis, antara lain observasi partisipan dan nonpartisipan. Dalam penelitian ini peneliti

¹⁴ Ibid., 33.

¹⁵ Rifai Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021), 90.

menggunakan observasi nonpartisipan, dengan tidak ikut serta dalam kegiatan, peneliti hanya berperan sebagai yang mengamati kejadian.

Penelitian yang dilakukan menggunakan observasi nonpartisipan dengan mengamati secara langsung objek yang akan diteliti untuk mengetahui validitas dan selektifitas data lapangan tanpa harus masuk ke dalam bagian yang akan diteliti tersebut. Adapun dalam teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengamati, mencatat dan menganalisis secara sistematis terhadap penggunaan akun *YouTube* @media al ikhlas sebagai media komunikasi dalam membentuk citra pondok pesantren keterampilan Al Ikhlas.

b. Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara.¹⁶ Jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak terstruktur, yaitu pedoman wawancara hanya memuat secara garis besar apa yang akan ditanyakan. Dalam penelitian ini wawancara digunakan untuk memperoleh data tentang efektivitas penggunaa akun *YouTube* sebagai media komunikasi dalam membentuk citra lembaga. Adapun sumber informasi adalah

¹⁶ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 186.

pengasuh pondok, admin *YouTube* @media al – Ikhlas, penonton / subscriber akun *YouTube* @media al – Ikhlas dan pihak lembaga eksternal yang bekerja sama dengan pondok pesantren keterampilan al Ikhlas, antara lain pihak SMK PGRI 2 Ponorogo, SMPN 3 Ponorogo, SMPN 1 Babadan, SMPN 2 Ponorogo, dan SMPN 1 Geger.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pencarian data menggunakan catatan, buku, majalah, surat kabar, agenda dan lainnya.¹⁷ Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data yang lengkap mengenai latar belakang dan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan berhubungan dengan penggunaan akun *YouTube* @media al ikhlas sebagai media komunikasi dalam membentuk citra pondok pesantren keterampilan Al Ikhlas. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah. Pada teknik pengumpulan data dokumentasi yang digunakan peneliti ini akan mengambil dari jurnal, artikel, dokumen, dan beberapa arsip serta website resmi yang digunakan sebagai alat informasi dan komunikasi milik @media al ikhlas.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan serangkaian langkah yang dijalankan oleh peneliti setelah data terkumpul, diolah dengan teliti

¹⁷ Moleong, 104.

hingga mencapai kesimpulan yang tepat. Proses analisis data melibatkan pengumpulan dan penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari berbagai sumber seperti wawancara, catatan lapangan, dan materi lainnya. Dengan tujuan agar data dapat dipahami dengan baik dan temuan yang diperoleh dapat disampaikan kepada orang lain. Analisis data mencakup pengorganisasian data, pembagian menjadi unit-unit analisis, sintesis, penggabungan ke dalam pola, seleksi dan pemilahan aspek yang relevan untuk dipelajari, serta pembuatan kesimpulan.¹⁸ Penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif dalam mendeskripsikan fokus permasalahan yang diteliti dalam bentuk kalimat-kalimat dari data hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam pengambilan data tentunya diperoleh data yang umum sehingga perlu adanya reduksi. Data yang telah tersusun sesuai permasalahan lantas dilakukan verifikasi dengan memeriksa dan mencocokkan kebenaran data. Tindakan selanjutnya ialah menarik kesimpulan atas hasil data yang telah diperoleh.

a. Reduksi Data,

Reduksi data, merupakan proses pemilihan data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak dibutuhkan serta mengorganisir data sedemikian rupa hingga

¹⁸ Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, 121.

kesimpulan dan verifikasi. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya mengenai masalah yang berhubungan dengan penggunaan akun *YouTube* @media al ikhlas sebagai media komunikasi dalam membentuk citra pondok pesantren keterampilan Al Ikhlas.

b. Penyajian Data,

Penyajian data merupakan penggambaran secara utuh data-data selama di lapangan berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang nantinya dianalisis sesuai teori sehingga dapat memunculkan jawaban sesuai permasalahan penelitian. Penyajian data terkait efektifitas penggunaan akun *YouTube* @media al ikhlas sebagai media komunikasi dalam membentuk citra pondok pesantren keterampilan Al Ikhlas bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, tabel, dan gambar.

c. Penarikan Kesimpulan,

Penarikan Kesimpulan merupakan hasil akhir dari menghubungkan dan membandingkan antara data satu sama lain usai mendeskripsikan, menganalisis dan menginterpretasikan data terkait efektifitas penggunaan akun *YouTube* @media al ikhlas yang dianalisis menggunakan teori efektifitas komunikasi untuk di tarik kesimpulan terkait efektifitas penggunaan akun

YouTube @media al ikhlas sebagai media komunikasi dalam membentuk citra pondok pesantren keterampilan al ikhlas.

6. Pengecekan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Pengecekan keabsahan temuan yang dilakukan peneliti menggunakan triangulasi data.¹⁹

Data yang telah terkumpul akan dikategorisasikan berdasarkan pandangan yang serupa, hingga yang berbeda. Teknik pengabsahan melalui pengecekan data yang telah di peroleh beberapa sumber yang telah ditentukan. Data yang telah melewati analisis makan akan diperoleh kesimpulan lalu dimintai kesepakatan dengan sumber data yang terkait.

7. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan, peneliti akan menggambarkan alur bahasan yang relevan mengenai penelitian yang akan ditulis. Pembahasan dalam penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab. Pada bagian awal sebelum bab pertama, peneliti akan mencantumkan cover atau halaman judul, lembar persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, motto, abstrak, kata pengantar, dan daftar isi pada bagian akhirnya.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis memamparkan tentang pendahuluan sebagai pengantar skripsi yang akan dibahas, mulai dari latar belakang, rumusan

¹⁹ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 111.

masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memaparkan teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya teori Efektivitas komunikasi, pondok pesantren, citra dan *YouTube*

BAB III : HASIL PENELITIAN / PAPARAN DATA

Berupa pemaparan data umum yakni deskripsi umum subyek penelitian dan data khusus berupa pemaparan data hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh penulis di Pondok Pesantren Keterampilan Al – Ikhlas terkait dengan efektivitas penggunaan akun *YouTube* @Media Al Ikhlas dalam pembentukan citra lembaga

BAB IV : ANALISIS DATA / PEMBAHASAN

Merupakan analisis dari data yang telah diperoleh dalam penelitian Efektivitas Komunikasi media sosial *YouTube* yang ada di Pondok Pesantren Keterampilan Al - Ikhlas dalam pembentukan citra.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan penelitian dan disertai dengan saran yang berdasarkan temuan penelitian, pembahasan dan kesimpulan penelitian.

BAB II

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PONDOK PESANTREN DALAM PEMBENTUKAN CITRA

A. Efektivitas Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Kata komunikasi dalam Bahasa Inggris disebut “*Comummnications*” sedangkan komunikasi dari Bahasa Latin disebut sebagai “*Commanicatus* atau *communicatio*” atau kata lain “*communicare*” yang berarti “berbagi” ataupun “menjadi milik bersama”.¹ Adapun maksud sama disini berarti untuk mngubah sikap, prilaku, maupun pikiran seorang penerima untuk dapat melaksanakan sesuatu yang diinginkan oleh komunikator. Dengan demikian, maka komunikasi dapat di artikan sebagai suatu upaya yang bertujuan agar dapat mencapai kebersamaan.

Komunikasi adalah inti dari semua hubungan sosial, apabila orang telah mengadakan suatu hubungan tetap, maka sistem komunikasi yang mereka lakukan akan menentukan apakah sistem tersebut dapat mempererat, mempersatukan, serta menngurangi ketegangan atau melenyapkan persengketan apabila muncul².

¹ Riswandi, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 55.

² H.A.W Widjaja, *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat* (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), 4.

2. Komponen Komunikasi

Komunikasi merupakan unsur yang terlibat dalam segala kegiatan manusia. Untuk memahami komunikasi secara menyeluruh, kita perlu mengidentifikasi beberapa elemen yang harus ada dan terlibat dalam prosesnya. Berbagai komponen komunikasi mencakup:³

a. Komunikator

Komunikator merupakan pihak yang memulai proses komunikasi, berfungsi sebagai sumber pernyataan umum, dan bertanggung jawab menyampaikan pesan kepada orang lain.

b. Pesan

Pesan merujuk pada ide, perasaan, atau pemikiran yang akan dienkripsi oleh pengirim dan diuraikan oleh penerima. Pesan dapat disampaikan melalui interaksi langsung atau melalui berbagai media komunikasi. Menurut A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab, terdapat tiga bentuk pesan dalam komunikasi, yaitu:

- 1) Pesan komunikasi informatif adalah pesan yang bertujuan untuk memberikan informasi berupa fakta dan data. Komunikan dalam hal ini memiliki kebebasan untuk mengambil keputusan dan membuat kesimpulan sendiri.

³ Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 55.

2) Pesan komunikasi persuasif merujuk pada pesan yang mengandung elemen bujukan, dengan maksud memberikan kesadaran kepada penerima pesan untuk mengubah sikapnya.

3) Pesan komunikasi koersif (coercive communication) adalah bentuk komunikasi yang mengandung unsur perintah, paksaan, atau instruksi dengan tujuan mempengaruhi orang lain. Dalam konteks ini, pesan yang digunakan bersifat memaksa tanpa memerlukan pertimbangan lebih lanjut dari audiens untuk menerima gagasan atau ide yang disampaikan.

c. Media

Media yang dimaksud yakni merujuk pada perangkat atau alat yang digunakan untuk mengelola, menyampaikan, atau menyebarkan informasi atau pesan.

d. Komunikan

Komunikan merupakan penerima pesan yang dikomunikasikan oleh komunikator. Penerima dapat melibatkan individu tunggal, kelompok, atau audiens dalam konteks komunikasi tersebut.

e. Efek / Hasil

Efek merujuk pada hasil akhir dari suatu komunikasi, yang dapat mencakup sikap, perasaan, atau tingkah laku individu yang

menjadi sasaran komunikasi. Efek tersebut dapat bersifat sesuai atau tidak sesuai dengan pesan yang disampaikan.

f. Umpan balik (*feedback*)

Umpan balik adalah respons atau tanggapan yang muncul sekaligus memberikan gambaran kepada komunikator tentang hasil dari komunikasi yang dilakukan. Umpan balik ini menjadi penilaian untuk menentukan apakah komunikasi tersebut berhasil atau tidak.

g. Lingkungan

Lingkungan merupakan faktor - faktor tertentu yang memiliki potensi memengaruhi berbagai aspek, seperti dimensi fisik, psikologis, lingkungan sosial budaya, dan juga dalam konteks dimensi waktu.⁴

3. Fungsi Komunikasi

Komunikasi bukan hanya terbatas pada aspek pertukaran pesan atau berita, melainkan juga mencakup kegiatan individu dan kelompok dalam pertukaran berbagai informasi seperti data, fakta, ide, perasaan, dan elemen lainnya. Oleh karena itu, komunikasi memiliki beberapa fungsi antara lain:⁵

- a. Informasi mencakup pengumpulan, penyimpanan, dan penyebaran berbagai elemen seperti berita, data, gambar, fakta,

⁴ fajar, 203.

⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1998),

pesan, serta komentar. Semua ini diperlukan agar individu atau kelompok dapat memahami dan merespons kondisi lingkungan dan orang lain dengan jelas, sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang tepat.⁶

- b. Sosialisasi yakni menyediakan dan mengajarkan pengetahuan mengenai bagaimana seseorang seharusnya bersikap sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku, serta berperan sebagai anggota masyarakat dengan efektif.⁷
- c. Motivasi yakni menjelaskan mengenai tujuan jangka pendek atau jangka panjang setiap masyarakat. Ini mendorong individu atau kelompok untuk menentukan pilihan dan mencapai keinginan mereka sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.
- d. Pendidikan yakni dapat mendorong perkembangan intelektual, membentuk karakter, serta mengembangkan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan di berbagai aspek kehidupan.

Namun, secara umum, komunikasi memiliki empat fungsi, yaitu:

- a. Menyampaikan informasi (*to inform*)

Sebuah pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan atau audien tentu saja mengandung unsur informasi yang disampaikan dengan sengaja.

- b. Mendidik (*to educate*)

⁶ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 77.

⁷ Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 76.

Gagasan atau pesan yang tidak hanya sekadar berbicara satu sama lain, melainkan dapat dijadikan sebagai sarana pendidikan. Karena pada dasarnya, pandangan atau sikap individu atau kelompok dapat dengan mudah berubah sejalan dengan pesan komunikasi yang disampaikan.

c. Menghibur (*to entertain*)

Untuk menjaga agar komunikasi yang berlangsung tidak terlalu terfokus pada pembahasan tertentu, memberikan hiburan adalah salah satu fungsi penting dalam komunikasi.

d. Mempengaruhi (*to influence*)

Komunikasi memiliki kemampuan untuk memberikan pengaruh terhadap komunikan, memengaruhi sikap, tindakan, dan perilaku seseorang.⁸

4. Tujuan Komunikasi

Dalam konteks sosial, terdapat kemungkinan terjadinya proses komunikasi antara satu individu dan individu lainnya, baik dalam situasi komunikasi antara karyawan dan pimpinan dalam lingkup pekerjaan maupun dalam bidang lainnya. Bahkan di dalam dunia pendidikan, interaksi komunikasi umumnya terjadi antara guru dan murid yang senantiasa saling terhubung. Oleh karena itu, setiap individu yang terlibat dalam komunikasi mengharapkan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik, dan penerima dapat

⁸ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 80.

memberikan respons yang positif. Dengan demikian, proses komunikasi dapat berjalan dengan efektif dan lancar.⁹

- a. Komunikasi yang efektif mencakup kemampuan menyampaikan informasi dengan jelas sehingga dapat dipahami oleh orang lain. Seorang komunikator yang baik mampu menjelaskan isi pesan kepada penerima dengan baik dan lengkap, memastikan bahwa mereka dapat memahami dan mengikuti maksud pesan tersebut.
- b. Untuk memastikan bahwa gagasannya dapat diterima oleh orang lain, seorang komunikator perlu berupaya menerima gagasan dari orang lain dengan pendekatan yang persuasif, bukannya memaksakan kehendaknya.
- c. Untuk dapat memahami orang lain, seorang komunikator harus memiliki pemahaman terhadap aspirasi masyarakat, termasuk keinginan dan ketidakeinginan mereka, tanpa memaksakan kemauannya sendiri.
- d. Mampu memotivasi orang lain untuk melakukan suatu tindakan dengan cara yang positif merupakan keterampilan penting dalam berkomunikasi. Kegiatan yang dimaksudkan di sini adalah upaya untuk memberikan dorongan yang positif, dengan penekanan pada pentingnya melaksanakan sesuatu dengan cara yang baik.

⁹ HAW. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi (Edisi Revisi)* (Jakarta: PT Citra Aditya Bakti, 2003), 61.

Di samping itu, inti dari tujuan komunikasi secara umum dalam ranah sosial antara lain :

- a) bertujuan untuk perubahan sikap (*attitude change*)
- b) bertujuan untuk perubahan pendapat (*opinions change*)
- c) bertujuan untuk perubahan perilaku (*behavior change*)
- d) bertujuan untuk perubahan sosial (*sosial change*)¹⁰

5. Macam Macam Komunikasi

Osgood menjelaskan beberapa tahapan dalam proses komunikasi, yang terdiri dari:¹¹

- a. Proses komunikasi primer, yang melibatkan penyampaian pikiran atau pesan dari satu individu kepada individu lainnya menggunakan simbol atau lambang sebagai media utama, seperti bahasa lisan, isyarat, tulisan, atau gambar yang dapat diartikan.
- b. Proses komunikasi skunder, yaitu media kedua setelah menggunakan lambang sebagai media utama dalam penyampaian pesan.
- c. Proses komunikasi linier, yang menggambarkan pengiriman pesan dari komunikator ke komunikan sebagai titik terminal.
- d. Proses komunikasi sirkular, yang melibatkan terjadinya umpan balik (*feedback*) dari komunikan kepada komunikator.

¹⁰ Ibid., 65.

¹¹ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 204.

6. Pengertian Efektivitas

Efektivitas berasal dari kata efektif, artinya akibatnya, pengaruh, kesan maupun keberhasilannya. Sedangkan menurut Istilah kata “efektif” adalah tepat pada sasaran dan yang dapat memberi hasil yang diharapkan, sehingga efektifitas adalah suatu tahapan untuk mencapai tujuan sebagaimana yang diharapkan.¹²

Kata efektifitas secara umum menunjukkan pada taraf tercapainya hasil. Efektifitas sendiri menekankan pada hasil yang dicapai, sedangkan efisien sendiri lebih melihat pada bagaimana cara mencapai hasil yang dicapai dengan membandingkan antara input dan outputnya¹³

Efektifitas merupakan suatu gambaran mengenai seberapa besar keberhasilan atau kegagalan dari pelaksanaan tugas pokok dan fungsi organisasi. Jadi efektif dalam penelitian ini adalah pengaruh yang ditimbulkan maupun yang disebabkan oleh adanya suatu kegiatan tertentu untuk mengetahui sejauh mana tingkat keberhasilan yang ingin dicapai dalam setiap tindakan maupun perbuatan yang dilakukan.

7. Tanda - Tanda Komunikasi Efektif

Komunikasi dalam konteks apapun merupakan suatu bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Kemudian komunikasi itu efektif apabila ada kepehaman stimulus yang disampaikan oleh komunikator

¹² Redi Mulyadi, *Kamus Nasional Kontemporer* (Solo: CV. Aneka, 2005), 50.

¹³ Dedi Mulyana, Stewart L Tubbs, and Syilvia Moss, *Pengantar Kontak – Kontak Komunikasi* (bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), 34.

kepada komunikan berkaitan erat atau (identik) dengan stimulus yang akan ditangkap dan dipahami oleh komunikan sebagai penerima pesan. Lebih lanjut Fisber menyebutkan tanda-tanda komunikasi efektif menimbulkan lima hal berikut ¹⁴ ;

a. Pengertian

Penerimaan yang cermat dari isi stimulus seperti yang dimaksudkan oleh komunikator. Artinya efektifitas komunikasi itu berjalan karena adanya pesan atau maksud komunikator tersampaikan. Sehingga dalam ranah pendidikan agar komunikasi itu dilihat dari efek yang ditimbulkan oleh murid setelah pesan disampaikan oleh guru.

b. Kesenangan

Kesenangan dalam komunikasi juga merupakan hal penting untuk membangun sekaligus menjadikan suatu hubungan menjadi hangat, akrab, dan menyenangkan.

c. Memengaruhi sikap

Suatu tindakan yang menimbulkan efek komunikator dapat mengubah pendapat, sikap, atau tindakan komunikan

d. Terciptanya hubungan sosial yang baik, dan

¹⁴ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*.

- e. Tindakan, yaitu indikator terpenting dalam efektifitas, artinya ada tindakan nyata sesuai yang dikehendaki.¹⁵

8. Prinsip Efektivitas Komunikasi

Dikatakan sebuah komunikasi itu efektif tentunya jika suatu ide, pesan, gagasan, maupun perasaan tersampaikan dengan cara yang baik dan memberikan efek. Maka untuk mendapatkan keberhasilan itu ada lima prinsip dalam komunikasi efektif yaitu terdiri dari :¹⁶

1. *Respect*, berarti membangun komunikasi dengan saling menghargai dan hormat kepada orang lain, dimana seorang komunikator harus bisa menghargai komunikannya sebagai sasaran dalam komunikasi. Pada prinsipnya, manusia ingin dihargai dan dianggap penting. Jika mengkritik atau memarahi seseorang maka hal yang seharusnya dilakukan dengan penuh respek terhadap harga diri seseorang. Membangun komunikasi dengan rasa dan sikap saling menghargai serta menghormati, maka hal itu akan menghasilkan kerja sama yang sinergi. Sehingga, hal itu akan meningkatkan efektifitas komunikasi baik antara individu maupun secara keseluruhan.
2. *Empaty*, adalah kemampuan untuk menempatkan diri pada situasi atau kondisi yang dihadapi oleh orang lain. Demikian pula halnya dalam dunia pendidikan perlu saling memahami dan mengerti

¹⁵ Suryanto, 98.

¹⁶ fajar, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik*, 203.

keberadaan, keinginan, serta perilaku siswa, agar dapat membangun suasana yang kondusif dalam proses komunikasi di sekolah tersebut.

3. *Audible*, bermakna dapat didengarkan atau dimengerti. Artinya pesan yang disampaikan oleh komunikator jelas dan dapat diterima oleh komunikan dengan baik. Hal itu hampir sama dengan empati hampir sama dimana harus dimana seseorang atau individu harus mampu menerima umpan balik dengan dengan baik.
4. *Care*, berarti menyimak secara seksama tentang isi pesan apa yang disampaikan. Sehingga care di sini lebih kepada perhatian tentang apa yang disampaikan oleh seorang pembicara sehingga membuat pembicara merasa diperhatikan.
5. *Humble*, berarti rendah hati. Di mana sikap ini merupakan unsur penting untuk membangun keefektifitasan komunikasi.¹⁷

B. YouTube

1. Sejarah *YouTube*

YouTube adalah salah satu media sosial dengan situs web yang menyediakan berbagai macam video mulai dari video clip sampai film, serta video-video yang dibuat oleh pengguna *YouTube* itu sendiri. Dimana kita bisa menikmati media sosial ini dengan cara melihat video atau gambar yang bergerak. Dan kita tahu bahwa *YouTube* ini sangat mudah di gunakan dan kini hadir di aplikasi ponsel seluler.

¹⁷ fajar, 205.

Platform berbagi video yang populer diakses oleh masyarakat saat ini didirikan pada tahun 2005 oleh tiga mantan karyawan *PayPal*, yakni Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Chad Hurley memiliki latar belakang studi desain di Indiana University of Pennsylvania, sementara Steve Chen dan Jawed Karim fokus pada ilmu komputer di University of Illinois at Urbana-Champaign.¹⁸ Lalu pada 13 November 2006, Google membeli situs tersebut dengan biaya sebesar 1,65 Triliyun Dollar. Kantor pusat saat ini berada di San Bruno, California¹⁹

Seiring dengan perkembangannya, *YouTube* semakin memperluas perannya sebagai sarana distribusi yang melibatkan berbagai pihak, termasuk pembuat konten dan pengiklan. Platform ini menjadi tempat untuk berbagi, memberikan informasi, dan menginspirasi pengguna internet di berbagai penjuru dunia.²⁰

2. Misi *YouTube*

Beberapa misi *YouTube* diambil dari website resminya antara lain :²¹

a. Kebebasan Berekspresi

Setiap individu berhak memiliki kebebasan untuk berbicara, menyampaikan pendapat, berpartisipasi dalam dialog terbuka,

¹⁸ “YouTube,” in *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*, December 11, 2023, <https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=YouTube&oldid=24981651>.

¹⁹ Kindarto Asdani, *Belajar Sendiri YouTube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)* (Jakarta: PT Elexmedia Komputindo, 2008), 3.

²⁰ Abraham, *Sukses Menjadi Artis Dengan YouTube* (Surabaya: Reform Media, 2011), 45.

²¹ “Tentang | YouTube Social Impact,” accessed January 5, 2024, <https://socialimpact.youtube.com/intl/id/about/>.

dan mengekspresikan kreativitasnya, menghasilkan suara, format, dan potensi baru.

b. Kebebasan Mendapatkan Informasi

Semua individu seharusnya memiliki kemudahan dan keterbukaan dalam mengakses informasi. Video dianggap sebagai media yang memiliki potensi terbesar untuk keperluan pendidikan, memperluas pemahaman, dan mendokumentasikan peristiwa di dunia, baik yang berskala besar maupun kecil.

c. Kebebasan Menggunakan Peluang

Setiap individu harus memiliki kesempatan untuk dikenali, mengembangkan bisnis, dan mencapai kesuksesan sesuai dengan keinginannya sendiri. Mereka juga yang menentukan apa yang menjadi populer, bukan ditentukan oleh pihak-pihak tertentu.

d. Kebebasan Memiliki Tempat Berkarya

Setiap individu perlu menjalin hubungan dengan komunitas yang saling mendukung, mengatasi perbedaan, melebihi batasan pribadi, dan berkumpul bersama berdasarkan minat dan passion yang sama.²²

3. Fitur - Fitur *YouTube*

Fitur fitur yang disediakan sosial media *YouTube* antara lain :²³

²² “Tentang | YouTube Social Impact,” 3.

²³ “Fitur produk - Panduan Cara Kerja YouTube,” Fitur produk - Panduan Cara Kerja YouTube, accessed January 5, 2024, <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/product-features/>.

a. Penelusuran *YouTube*

Dengan lebih dari 500 jam konten diupload setiap menitnya, *YouTube* menggunakan sistem peringkat penelusuran untuk menyortir dan menampilkan hasil yang paling relevan, interaktif, dan berkualitas bagi pengguna. Faktor-faktor seperti judul, tag, dan deskripsi video dievaluasi untuk menentukan relevansinya dengan kueri penelusuran, disisi lain Interaksi pengguna, seperti waktu tonton, juga dipertimbangkan

b. Rekomendasi Video

Rekomendasi video berfungsi untuk membantu pengguna menemukan lebih banyak video yang sesuai dengan preferensi pengguna. Keberhasilan rekomendasi *YouTube* tergantung pada kemampuannya untuk secara akurat memprediksi video yang ingin tonton. Saat beroperasi pada tingkat optimalnya, rekomendasi ini menghubungkan miliaran pengguna di seluruh dunia dengan konten yang memberikan inspirasi, informasi, dan hiburan dengan cara yang unik.

c. Berita dan Informasi

YouTube juga mengelompokkan berita dan informasi yang sedang viral pada menu trending, hal ini dapat mempermudah pengguna dalam mencari berita dan informasi yang sedang hangat di perbincangkan publik.

d. Monetisasi untuk kreator

Fitur yang sangat berharga bagi konten kreator yakni monetisasi, fitur ini dapat meningkatkan kemampuan Kreator untuk menghasilkan uang langsung di platform *YouTube* dengan berbagai cara, termasuk melalui penempatan iklan, penjualan merchandise, dan langganan.

e. Mengunggah (*upload*) & Mengunduh (*download*) video

Pengguna yang sudah memiliki akun *YouTube* dapat mengunggah video ke dalam akunnya. Semakin besar file video mempengaruhi lamanya waktu mengunggah video. Di sisi lain pengguna dapat mengunduh video yang ada dalam platform *YouTube*. Ada banyak cara mengunduh video dengan cara gratis, salah satunya dengan cara mengcopy Alamat URL video lalu di paste dalam situs www.savefrom.net

f. Berlangganan (*Subscribe*)

Fitur ini berfungsi bagi pengguna untuk bisa berlangganan dengan akun yang diinginkan guna mendapatkan notifikasi ketika pemilik akun mengunggah video. Cara berlangganan (*subscribe*) ini sangat mudah yakni cukup dengan menekan tombol *subscribe* pada nama akun *YouTube* yang diinginkan.

g. *Live Streaming* (Siaran Langsung)

Fitur *live streaming* ini sangat berguna bagi pengguna *YouTube* yang sudah memiliki akun, asalkan kita memiliki koneksi

internet ataupun memiliki kuota yang memadai, pengguna dapat menyiarkan video yang sedang berlangsung saat itu juga.²⁴

4. Kategori *YouTube*

YouTube menawarkan beragam jenis video, mulai dari rekaman kegiatan pribadi pengguna hingga konten yang jarang ditemui di televisi. Secara keseluruhan, kategori video di *YouTube* dapat dibagi menjadi beberapa kategori antara lain:

- a. *Autos & Vehicles* (Otomotif dan Kendaraan)
- b. *Comedy* (Komedi)
- c. *Entertainment* (Hiburan)
- d. *Film & Animation* (Film dan Animasi)
- e. *Gadgets & Games* (Peralatan dan Permainan)
- f. *Music* (Musik)
- g. *News & Politics* (Berita dan Politik)
- h. *People & Blog* (Orang dan Blog)
- i. *Pets & Animals* (Binatang dan Binatang Peliharaan)
- j. *Sports* (Olahraga)
- k. *Travel and Places* (Perjalanan dan Tempat)²⁵

5. Fungsi *YouTube*

Secara umum, platform media sosial *YouTube* memiliki beberapa fungsi yang bisa dimanfaatkan oleh para penggunanya, seperti yang

²⁴ “Fitur produk - Panduan Cara Kerja YouTube,” 5.

²⁵ “Fitur produk - Panduan Cara Kerja YouTube,” Fitur produk - Panduan Cara Kerja YouTube, 13, accessed January 5, 2024, <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/product-features/>.

dijelaskan oleh Abraham A. dalam bukunya yang berjudul *Sukses Menjadi Artis dengan YouTube* adalah sebagai berikut :²⁶

- a. Memperluas interaksi berdasarkan kesamaan nilai yang dimiliki masing-masing individu, kesamaan karakteristik tertentu, ataupun pernah berinteraksi dalam kurun waktu tertentu, sehingga melahirkan nostalgia yang dapat dirasakan Bersama.
- b. Meningkatkan pemahaman atau pengetahuan melalui fasilitas berbagi informasi dan komentar.
- c. Membangun citra atau mempromosikan diri secara positif, termasuk keterkaitan dengan prestise dan kemauan untuk mengikuti perkembangan teknologi informasi.
- d. Berfungsi sebagai media transaksi dan pertukaran gagasan dalam konteks perdagangan, politik, budaya, dan bahkan memiliki potensi di bidang pendidikan.
- e. Dalam perkembangannya lebih lanjut, platform ini juga dapat digunakan sebagai alat intelijen, untuk mengungkap berbagai kejahatan hukum, sebagai media pertolongan, dan sebagai sarana *Citizen Journalism*.
- f. Sebagai media rekreatif atau cuci mata setelah ditempa beratnya beban pemikiran, sepertihalnya melihat film lucu, penemuan baru, permainan game dan lainnya.²⁷

²⁶ *Sukses Menjadi Artis Dengan YouTube*, 11.

²⁷ "Fitur produk - Panduan Cara Kerja YouTube," 7.

6. Pengguna *YouTube*

Dilansir dari keterangan yang terdapat dalam *YouTube* press pada halaman resminya, statistik pengguna *YouTube* sebagai berikut:

- a. *YouTube* meluncurkan versi *YouTube* Shorts yang di tonton lebih dari 70 miliar setiap harinya, dari seluruh penjuru dunia.
- b. Secara keseluruhan, bahkan *YouTube* pada perangkat seluler saja telah menjangkau pengguna berusia 18-34 tahun dan 18-49 tahun daripada jaringan televisi kabel mana pun di Amerika Serikat.
- c. *YouTube* meluncurkan versi lokalnya di lebih dari 100 negara di seluruh dunia dan dapat di akses dengan 80 bahasa.
- d. Dalam setiap menitnya terdapat lebih dari 500 jam konten diunggah ke *YouTube*.²⁸

7. Kebijakan dan Keamanan

YouTube menerapkan kebijakan dan langkah-langkah keamanan untuk memastikan pengguna dapat bergabung dalam komunitas seluruh dunia. Kepercayaan dan tanggung jawab dari jutaan pengguna lainnya sangat diperlukan. Meskipun demikian, tidak semua konten di *YouTube* akan disukai karena mungkin melanggar pedoman komunitas. Untuk mengatasi hal ini, *YouTube* menyediakan fitur pelaporan yang memungkinkan pengguna untuk melaporkan konten yang dianggap

²⁸ “YouTube for Press,” *blog.youtube*, 2, accessed January 4, 2024, <https://blog.youtube/press/>.

tidak pantas. Tim *YouTube* akan secara cermat meninjau konten yang dilaporkan sepanjang waktu, 24 jam perhari dalam seminggu. Beberapa kebijakan *YouTube* yang telah ditetapkan agar pengguna terhindar dari masalah antara lain :

- a. Konten seksual atau ketelanjangan
 - b. Konten yang merugikan atau berbahaya
 - c. Konten yang mengandung kebencian
 - d. Konten kekerasan atau vulgar
 - e. Pelecehan dan cyberbullying
 - f. Spam, metadata yang menyesatkan, dan scam
 - g. Ancaman
 - h. Hak Cipta
 - i. Privasi
 - j. Peniruan Identitas
 - k. Membahayakan anak
 - l. Kebijakan tambahan²⁹
8. Kelebihan dan Kekurangan
- Pada umumnya kelebihan dari sosial media *YouTube* adalah
- a. Dapat menonton video walaupun tidak terdaftar dan pengguna yang sudah terdaftar bisa mengunggah videonya ke *YouTube*.
 - b. Untuk membuat konten milik sendiri

²⁹ “Pedoman Komunitas & Kebijakan YouTube - Panduan Cara Kerja YouTube,” Pedoman Komunitas & Kebijakan YouTube - Panduan Cara Kerja YouTube, 1, accessed January 4, 2024, <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/>.

- c. Dapat bisa *mendownload* video melalui bantuan situs seperti *www.savefrom.net* dengan cara menaruh link video yang ingin didownload ke situs tersebut
- d. Sangat banyak beragam videonya
- e. Video beresolusi bagus
- f. Melihat tutorial, musik dan lain-lain
- g. Mempromosikan barang

Sedangkan kekurangan menggunakan *YouTube*, di antaranya sebagai berikut:

- h. Penggunaanya dapat menyalahgunakan, seperti mengunggah video yang tidak baik
- i. Informasi yang sangat banyak, perlu disaring oleh penonton agar tidak sesat
- j. Tidak semua video layak ditonton bahkan terdapat konten pornografi
- k. Memerlukan koneksi yang cepat agar pengguna dapat menonton dengan lancar³⁰

C. Citra

1. Pengertian Citra

Citra merupakan kesan keseluruhan yang dimiliki oleh suatu organisasi, yang berasal dari perilaku dan reputasinya. Menurut Sutojo, citra dapat dianggap sebagai pantulan atau reproduksi dari identitas

³⁰ “Pedoman Komunitas & Kebijakan YouTube - Panduan Cara Kerja YouTube,” 2.

sejati, baik itu individu, objek, maupun organisasi. Dengan kata lain, citra mencerminkan persepsi masyarakat terhadap identitas atau jati diri perusahaan atau organisasi tersebut.³¹ hal ini didukung melalui pengenalan bentuk visual, seperti logo atau pola warna yang digunakan. Identitas perusahaan juga memiliki landasan sejarahnya.

2. Jenis - Jenis Citra

Frank Jefkins mengemukakan bahwa citra dapat dibagi menjadi beberapa jenis antara lain :³²

- a. Citra bayangan adalah representasi yang dimiliki oleh individu atau anggota suatu organisasi mengenai persepsi luar terhadap entitas mereka. Kemunculan citra ini disebabkan oleh kurangnya informasi yang dimiliki oleh seseorang atau anggota organisasi tentang bagaimana pandangan orang luar terhadap mereka.
- b. Citra yang berlaku, atau yang disebut juga sebagai citra saat ini (*current image*), merujuk pada pandangan yang dianut oleh pihak luar terkait suatu organisasi. Citra ini ditentukan oleh sejauh mana informasi yang diterima dari organisasi tersebut, baik dalam jumlah yang banyak maupun sedikit.
- c. Citra yang diharapkan, atau yang dikenal sebagai citra yang diinginkan (*wish image*), merujuk pada citra yang diinginkan

³¹ Elvinaro Ardianto, *Handbook Of Public Relations* (Bandung: Simbiosis Reka Tama Media, 2013), 59.

³² Frank Jefkins., *Public Relations* (Jakarta: Erlangga, 2003), 20–22.

oleh pihak manajemen atau organisasi. Secara umum, citra yang diharapkan cenderung melebihi citra yang ada saat ini.

- d. Citra perusahaan atau citra lembaga merujuk pada gambaran keseluruhan tentang suatu organisasi atau lembaga, tidak hanya terbatas pada produk atau layanannya. Citra ini terbentuk dari berbagai elemen dan faktor, termasuk sejarah, manajemen, kualitas produk atau layanan, hubungan dengan pihak lain, reputasi, dan faktor-faktor lainnya.
- e. Citra majemuk adalah citra yang terkait dengan banyak individu, cabang, dan perwakilan, masing-masing memiliki citra sendiri yang berbeda. Untuk mengurangi keragaman citra yang ada, dapat diimplementasikan beberapa aturan, seperti mengadopsi seragam yang serupa di antara cabang-cabang, menggunakan logo dan lencana yang seragam, serta menyelenggarakan pelatihan untuk menyatukan model pelayanan.

3. Tahap - Tahap Membangun Citra Lembaga

Rangkaian tahapan yang harus di tempuh dalam membangun citra suatu Lembaga terikat dari lima unsur penting antara lain, citra, kepercayaan, realitas, manfaat, dan ketertarikan.³³ Adapun faktor penting pembentuk citra antara lain :

³³ Ruslan Rosadi, *Praktik Dan Solusi Public Relations Dalam Situasi Krisis Dan Pemulihan Citra* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1997), 42.

- a. Tanggung jawab sosial, atau sosial responsibility, mencakup kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya, khususnya dalam hal perlakuan terhadap individu-individu yang berada di sekitarnya.
- b. Reputasi kepemimpinan tingkat atas perusahaan, yang disebut sebagai reputasi CEO, berperan sebagai pelindung citra perusahaan. Ini merupakan suatu indikator kinerja yang diharapkan dapat mentransmisikan citra yang lebih baik kepada generasi pemimpin berikutnya.
- c. Tata kelola perusahaan, atau corporate governance, mencakup pemahaman dan keahlian dalam menjaga keseimbangan distribusi kepentingan dari semua pemangku kepentingan agar perusahaan dapat menjadi entitas yang bertanggung jawab.
- d. Ukuran-ukuran akuntansi, yang mencakup pengukuran kinerja keuangan perusahaan, sejalan dengan ukuran-ukuran akuntansi karena berasal dari nilai-nilai yang terdokumentasi dalam laporan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. Jika ada ketidaksesuaian dengan realitas, ketidakpuasan akan timbul, dan pada akhirnya, konsumen akan memiliki persepsi negatif terhadap citra organisasi.³⁴

4. Tolak Ukur Mencapai Sasaran Citra Positif

- a. Citra

³⁴ alma, *Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, n.d., 114–15.

Menciptakan citra yang baik merupakan tujuan utama sebuah lembaga. Terbentuknya citra yang positif di mata masyarakat atau publik akan membawa banyak manfaat. Contohnya, citra positif tersebut dapat memberikan pengaruh positif kepada produk atau hasil kerja lembaga, termasuk juga memberikan kebanggaan bagi para guru atau staf lembaga itu sendiri. Disisi lain dengan citra yang baik suatu Lembaga akan di lirik lembaga lain untuk dapat melakukan Kerja sama. Beberapa sasaran publik yang menjadi penentu dalam membentuk citra suatu Lembaga antara lain :

- 1) Pemerintah sebagai pengelola Negara yang memiliki peran besar dalam menentukan eksistensi suatu lembaga.
- 2) *Opinion leader* yang berperan sebagai penentu atau panutan bagi masyarakat lainnya, membentuk persepsi positif mengenai aktivitas dan operasional lembaga.
- 3) Konsumen atau pengguna jasa yang harus mendapatkan pelayanan terbaik, menciptakan rasa nyaman dan kepuasan.
- 4) Mitra kerja dan rekan lembaga sebagai penunjang keberhasilan lembaga.
- 5) Generasi muda sebagai penerus pimpinan bangsa di masa depan yang memerlukan pembinaan positif.

- 6) Publik internal, termasuk karyawan, pengelola lembaga, dan seluruh staf lembaga perlu diperhatikan sebagai penunjang kekuatan dari dalam lembaga.
- 7) Media massa berperan sebagai mitra kerja yang signifikan untuk membentuk opini publik yang menguntungkan.³⁵

b. Kepercayaan

Suatu kepercayaan berkaitan erat atau hampir serupa dengan citra. Dapat dijelaskan bahwa citra memiliki sifat yang lebih abstrak terkait pandangan, persepsi, opini, atau penilaian umum yang membawa konotasi positif. Di sisi lain, kepercayaan dapat dianggap lebih konkret, cenderung mencerminkan impresi atau penilaian positif yang bersifat pandangan pribadi atau individual terhadap suatu lembaga atau organisasi. Apabila kepercayaan individu-individu tersebut terakumulasi dalam jumlah besar di kalangan publik atau masyarakat umum, maka citra yang positif akan terbentuk.

c. Realitas

Tujuan yang diinginkan dari suatu Lembaga yakni hasil yang nyata bukan khayalan, Tujuan di sini adalah realitas yang jelas terwujud, dapat diukur, dan hasil dari program tersebut dapat dipertanggungjawabkan melalui perencanaan yang matang dan

³⁵ alma, 68.

sistematis. Dampaknya dapat dirasakan oleh semua pihak. Semua biaya, tenaga, dan pemikiran yang telah diinvestasikan selama ini tidak akan sia-sia dan akan memberikan manfaat di masa depan. Pada akhirnya, keberhasilan dan keuntungan dapat dicapai, baik dalam bentuk nilai materiil maupun moral bagi lembaga, karyawan, dan masyarakat umumnya.

d. Kerja sama yang saling menguntungkan (*mutual symbiosis*)

Semua hasil kerja, kepercayaan, dan penghargaan yang saling diberikan oleh berbagai pihak, termasuk lembaga itu sendiri, karyawan, dan masyarakat, serta pelanggan, akan memberikan manfaat yang nyata ketika tujuan utama lembaga berhasil dicapai dengan sukses dan memberikan keuntungan bagi semua pihak. Proses ini menyerupai suatu sirkulasi dalam mekanisme produksi di dalam perusahaan industri, dimulai dari bahan mentah, melalui proses produksi, hingga menghasilkan produk atau jasa tertentu, yang kemudian dipasarkan dan memberikan manfaat hingga ke tangan konsumen. Hasilnya tidak hanya akan menghasilkan keuntungan bagi lembaga atau perusahaan dan karyawan, tetapi juga memberikan manfaat bagi konsumennya karena mereka telah menikmati produk atau jasa tersebut. Tujuannya bukan hanya mencari keuntungan dari masyarakat, melainkan juga bagaimana menciptakan kerja sama yang saling menguntungkan (*mutual symbiosis*).

e. Mengikat semua pihak

Suatu rencana yang telah dirumuskan dan disetujui harus dilaksanakan dengan konsisten hingga selesai dan berhasil. Ini mencerminkan komitmen yang melibatkan prinsip konsensus yang harus mengikat dalam aspek hukum, teknis, dan mekanis dari perencanaan dan pelaksanaan kegiatan.

Citra positif dari suatu organisasi merupakan suatu aset yang berharga, karena citra memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen terkait dengan komunikasi dan operasi organisasi dalam berbagai aspek. Berikut adalah peran citra bagi organisasi:

- 1) Citra menggambarkan harapan, seiring dengan kampanye pemasaran eksternal, seperti periklanan, penjualan langsung, dan komunikasi dari mulut ke mulut.
- 2) Citra berfungsi sebagai penyaring yang memengaruhi kegiatan perusahaan atau lembaga.
- 3) Citra merupakan hasil dari pengalaman dan harapan konsumen.
- 4) Citra memiliki dampak penting bagi manajemen, dengan kata lain, citra berpengaruh secara internal terhadap

lembaga, karena citra yang positif atau negatif dapat memengaruhi kinerja karyawan.³⁶

D. Pondok Pesantren

1. Dimensi Pesantren

Pondok Pesantren memiliki asal-usul etimologi dari kata "santri" dengan awalan "pe-" dan akhiran "-an", yang bermakna sebagai tempat tinggal bagi santri. Pendapat lain menjelaskan bahwa pesantren dapat diartikan sebagai "pe-santri-an", yang artinya adalah tempat di mana santri belajar di bawah bimbingan pemimpin pesantren (kyai) dan para guru (ulama atau astadz). Materi pelajaran mencakup berbagai bidang pengetahuan Islam. Ada juga pandangan lain yang menyatakan bahwa Pesantren berasal dari kata "santri", merujuk kepada seseorang yang sedang belajar agama Islam. Dengan demikian, Pesantren diartikan sebagai tempat di mana orang berkumpul untuk belajar agama Islam.³⁷ Pesantren sendiri, dalam pengertiannya, adalah "tempat belajar para santri". Sementara itu, kata "Pondok" memiliki arti sebagai rumah atau tempat tinggal sederhana yang terbuat dari bambu.³⁸

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat dipahami bahwa Pondok Pesantren menurut istilah (etimologi) berasal dari kata "santri" yang merujuk kepada orang yang mencari ilmu agama Islam. Dengan

³⁶ Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran.*, 332.

³⁷ Haidar Putra Daulay, *Pendidikan Islam Dalam Sistem Pendidikan Nasional Di Indonesia* (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2012), 19.

³⁸ Hasbullah, *Sejarah Pendidikan Islam Di Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), 138.

penambahan awalan "Pe" dan akhiran "-an", arti kata berubah menjadi tempat untuk menuntut ilmu agama yang bersumber dari kitab-kitab kuning, melibatkan penghafalan Al-Qur'an dan Al-Hadis, serta pendidikan dalam bidang Agama Islam.

Sedangkan menurut terminologi, Pondok Pesantren diartikan sebagai "asrama atau tempat tinggal bagi para santri atau orang yang sedang menuntut ilmu." Pendapat lain menyatakan bahwa Pondok Pesantren adalah lembaga pendidikan Islam yang di dalamnya terdapat seorang kyai yang mengajar dan mendidik para santri. Pendidikan ini diselenggarakan dengan menggunakan sarana masjid, dan terdapat fasilitas pemondokan atau asrama sebagai tempat tinggal bagi santri.³⁹

2. Elemen Pesantren

Dalam sebuah pesantren, terdapat elemen-elemen yang membentuk komunitas pesantren. Elemen-elemen tersebut terdiri dari beberapa komponen utama, yakni adanya masjid, Pondok, pembelajaran kitab kuning, santri, dan kyai sebagai pemimpin pesantren.⁴⁰

a. Masjid

Pada hakikatnya, masjid merupakan pusat kegiatan bagi umat Muslim, baik dalam dimensi kehidupan akhirat maupun dunia, menurut ajaran Islam. Secara maknawi, masjid diartikan sebagai indikasi kemampuan seorang hamba dalam beribadah kepada

³⁹ Abdul Mujib, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta: kencana, 2010), 234.

⁴⁰ Abdurrahman Wahid, *Menggerakkan Tradisi* (Yogyakarta: PT. LKIS, 2001), 16–22.

Allah, yang disimbolkan dengan adanya masjid sebagai tempat sujud. Dalam konteks pesantren, masjid dijadikan sebagai tempat utama kegiatan pendidikan Islam, baik dalam konsep modern maupun tradisional. Pendapat lain menyatakan bahwa secara harfiah, masjid diartikan sebagai tempat sujud, karena di sinilah setidaknya seorang Muslim melaksanakan sholat lima kali sehari semalam. Fungsi masjid tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga memiliki peran lain seperti pendidikan, sarana dakwah, dan fungsi-fungsi lainnya.

b. Pondok

Istilah "Pondok" berasal dari bahasa Arab "*funduq*" yang memiliki arti hotel, penginapan, atau asrama. Dalam konteks pesantren, kata "Pondok" membawa makna sebagai tempat tinggal. Secara spesifik, dalam penyebutannya, sering kali istilah ini tidak dipisahkan menjadi "Pondok Pesantren". Artinya, keberadaan "Pondok" dalam pesantren merujuk pada suatu wadah yang digunakan untuk pengembangan, pembinaan, dan pendidikan, termasuk pengajaran ilmu pengetahuan.⁴¹

c. Santri

Santri adalah peserta didik yang memiliki kehausan akan ilmu pengetahuan yang diajarkan oleh seorang kyai yang memimpin

⁴¹ M. Bahri Gozali, *Pendidikan Pesantren Berwawasan Lingkungan* (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 2001), 21.

sebuah pesantren. Dalam proses belajar-mengajar, terdapat dua tipologi santri.

1) Santri mukim

Santri mukim adalah santri yang menetap, tinggal bersama kyai, dan secara aktif menuntut ilmu dari seorang kyai di dalam pesantren.

2) Santri kalong

Santri kalong pada dasarnya adalah seorang murid yang berasal dari desa sekitar Pondok Pesantren. Pola belajarnya tidak melibatkan menetap di dalam Pondok Pesantren.

d. Kyai

Kyai pada hakikatnya adalah gelar yang diberikan kepada seseorang yang memiliki pengetahuan dalam bidang Agama Islam. Di dalam dunia pesantren, seorang kyai berperan sebagai penggerak yang bertanggung jawab dalam membimbing dan mengembangkan pesantren sesuai dengan pola yang diinginkan.

e. Pembelajaran Kitab Kuning

Kitab-kitab Islam klasik umumnya dikenal dengan istilah "kuning" yang mengacu pada warna kertasnya. Kitab-kitab tersebut ditulis oleh ulama zaman dahulu dan mencakup berbagai disiplin ilmu keislaman seperti fiqih, hadits, tafsir, dan akhlaq. Selain itu, kitab-kitab ini juga berfokus pada

pengembangan masyarakat sekitarnya dalam pemahaman keagamaan (Islam). Lebih lanjut, nilai-nilai normatif, edukatif, dan progresif turut menjadi fokus dalam pandangan keagamaan Islam yang terdapat dalam kitab-kitab tersebut.⁴²

3. Paradigma Baru Pesantren

Salah satu keistimewaan Pondok Pesantren adalah penggunaan sistem sekolah asrama (*boarding school*), yang memudahkan pemantauan terhadap santri selama proses belajar dan membantu mengarahkan perilaku santri sepanjang waktu. Sistem ini juga memfasilitasi interaksi antara sesama santri, memungkinkan mereka untuk saling bergaul dan mengambil contoh dari perilaku dan cara hidup ustadz. Kehidupan asrama di Pesantren memberikan peluang untuk pembentukan karakter dan kedisiplinan santri. Secara prinsip, Pesantren memiliki tujuan utama untuk membentuk dan mengembangkan karakter santri, yaitu kepribadian seorang Muslim yang taat.⁴³

Dalam struktur masyarakat Muslim, ulama menduduki posisi yang sangat penting. Mereka diberi penghormatan yang tinggi, fatwa mereka didengarkan dan diikuti, serta pola hidup mereka dijadikan teladan. Semua ini disebabkan oleh kedalaman ilmu dan kevalidan pandangan ulama. Dalam sejarah peradaban Muslim, banyak ulama yang memberikan kontribusi besar terhadap ilmu pengetahuan. Mereka tidak

⁴² Gozali, 28.

⁴³ Abu Yazid, *Paradigma Baru Pesantren Menuju Pendidikan Islam Transformatif* (Yogyakarta: Ircisod, 2018), 81–82.

hanya berfokus pada ilmu-ilmu agama seperti fiqh, tafsir, dan teologi, tetapi juga memberikan kontribusi pada ilmu-ilmu alam seperti matematika, fisika, kimia, astronomi, kedokteran, dan botani. Oleh karena itu, Pesantren dapat dianggap sebagai lembaga pendidikan yang mencetak kader-kader ulama, pemimpin yang membimbing masyarakat, tempat ibadah, tempat bagi para pencari ilmu, dan sumber penyebaran Agama Islam.⁴⁴



⁴⁴ Yazid, 249.

BAB III

PAPARAN DATA EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PONDOK PESANTREN KETERAMPILAN AL – IKHLAS PONOROGO DALAM PEMBENTUKAN CITRA

A. Paparan Data Umum Efektivitas Komunikasi Pondok Pesantren Keterampilan Al – Ikhlas Ponorogo Dalam Pembentukan Citra

1. Profil *YouTube* Pondok Pesantren Keterampilan Al – Ikhlas Babadan Ponorogo.

Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas Babadan Ponorogo dipimpin oleh KH. Moch Tanwir. Awalnya, pondok pesantren ini bertujuan menjadi institusi pendidikan untuk mengajarkan ilmu pengetahuan agama Islam dan keterampilan lainnya di bawah bimbingan guru dan kyai. Berada di bawah naungan LKSA Al - Ikhlas Ponorogo, yang didirikan pada 1 Januari 1984, pondok pesantren ini bertujuan mengubah anak-anak yatim piatu dan kurang mampu menjadi individu yang beriman, bertaqwa, berbudi luhur, dan mandiri.

Meskipun demikian, hingga saat itu, anak-anak yang diampu hanya mencapai tingkat SMA, menunjukkan bahwa mereka belum sepenuhnya siap untuk hidup mandiri di masyarakat yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, pengurus merasa perlu memberikan bekal tambahan kepada mereka setelah meninggalkan panti asuhan,

seperti keimanan, ilmu pengetahuan teknologi, dan keterampilan yang memadai.¹

LKSA Al - Ikhlas kemudian mendirikan Pondok Pesantren Keterampilan Al-Ikhlas di Jalan Raya Ponorogo Madiun Km. 07, Dusun Kanten, Desa Babadan, Kecamatan Babadan, Kabupaten Ponorogo. Tahap awal pembangunan adalah gedung asrama santri yang juga digunakan sebagai tempat belajar. Pembangunan dimulai setelah tersedianya tanah, dan upacara peletakan batu pertama diadakan pada tanggal 18 Desember 2003 oleh Bapak H. Imam Utomo, Gubernur Jawa Timur.

Selain gedung asrama, juga dibangun sebuah masjid yang berfungsi sebagai tempat ibadah bagi masyarakat sekitar dan umat Islam secara umum. Peletakan batu pertama masjid dilakukan pada tanggal 4 Juli 2007, dengan sumbangan wakaf dari Ibu Hj. Yanti, warga Kelurahan Nologaten, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo.²

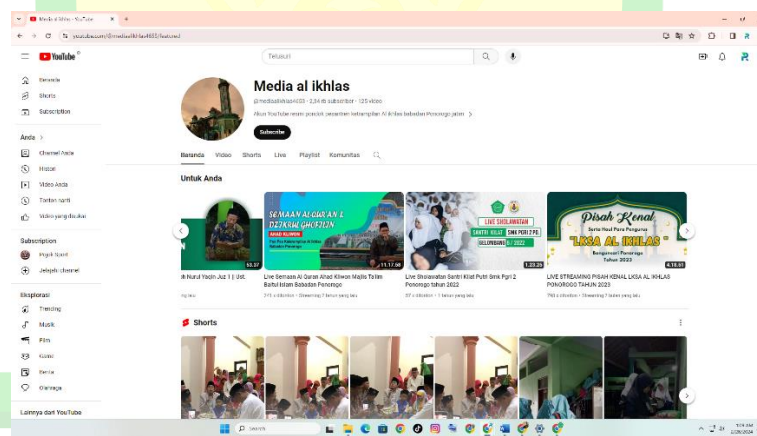
Dengan adanya perkembangan zaman yang pesat ini, Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas juga mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan media sosial. Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas sudah aktif menggunakan media sosial

¹ “Sejarah Berdirinya Pon Pes Keterampilan Al Ikhlas | AL - IKHLAS.NET,” 1, accessed March 1, 2024, <https://alikhlasbabadan.blogspot.com/2021/11/sejarah-berdirinya-pon-pes-keterampilan.html>.

² “PONDOK PESANTREN KETRAMPILAN AL-IKHLAS BABADAN PONOROGO,” 1, accessed March 1, 2024, <https://www.lks-al-ikhlas-ponorogo.com/pages/pondok-pesantren-ketrampilan-al-ikhlas-babadan-ponorogo>.

Sejak 2019 hingga sekarang. Hal ini dikatakan oleh pimpinan redaksi dari Tim Media Al Ikhlas, bahwa media Al Ikhlas dibentuk untuk penyebaran informasi dan berdakwah di media sosial.

Saat ini Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas sudah memiliki berbagai media sosial, yaitu *Website*, *YouTube* dan *Instagram* yang semua dikelola oleh Tim Media Al Ikhlas. Dalam akun *Instagram* @mediaalikhlas_ memiliki 500 pengikut. Sedangkan dalam channel *YouTube* @media Al Ikhlas, saat ini memiliki 2400 *subscriber*.



Gambar 3.1 Halaman utama Media *YouTube* Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas Babadan Ponorogo

Sumber :

<https://YouTube.com/channel/UCXLQ2FWVbrD6QJYxHiqnaFQ>

Akun *YouTube* Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas sudah bergabung sejak 22 Januari 2020. Konten konten yang di unggah dalam halam tersebut sudah tercatat 125 video. Akun *YouTube* Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas menawarkan berbagai konten pengajian Kitab Kuning, Kegiatan pondok, Hafлах

Akhirussanah, Sholawatan, Semaan Al Quran, Kegiatan Pesantren Kilat dan lain sebagainya.

2. Struktur Kepengurusan Tim Media Pondok

Adapun susunan keanggotaan Tim Media Al Ikhlas tahun 2023 – 2025 M, Sebagai berikut :³

1. Penanggung Jawab
 - a. Ust. Ali Ya'qub Mustofa
 - b. Ust. Suratno, S.H
 - c. Ust. Pendi Ratmoko
2. Koordinator Media (Pimpinan Redaksi)
 - a. Ust. Hariyanto, S.H
 - b. Ust. Ahmad Muttaqin
3. Sekretaris
 - a. Ust. Imam Budi Prasetyo
 - b. Ust. Saifudin Zuar
4. Bendahara
 - a. Ust. Hudi
 - b. Ust. Hamdan Rifai
5. Inventaris dan Teknisi
 - a. Ust. Feryudana Kusuma
6. Divisi Website
 - a. Ust. Fuad Ahmadi

³ “Dokumen Dari Tim Media al Ikhlas,” February 29, 2024, 1.

7. Divisi *YouTube* dan Instagram

a. Ust. Hariyanto, S.H

8. Kreator

a. Ust. Imam Budi Prasetyo

b. Ust. Dimas Prayoga

c. Ust. Ahmad Fatta

B. Paparan Data Khusus Efektivitas Komunikasi Pondok Pesantren

Keterampilan AI – Ikhlas Ponorogo Dalam Pembentukan Citra

1. Paparan Data Khusus Tanda Komunikasi Efektif Yang Muncul

Dalam Penggunaan Akun *YouTube* Untuk Membentuk Citra

Pondok Pesantren Keterampilan AI Ikhlas

Komunikasi menjadi bagian paling penting di setiap kegiatan manusia. Manusia menjadi makhluk sosial dalam kesehariannya tidak luput untuk berkomunikasi, baik komunikasi antar individu atau kelompok. Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat juga inovasi sosial media yang luar biasa, komunikasi menjadi semakin mudah dan gampang walaupun terhalang jarak.

YouTube merupakan media sosial yang tepat sebagai media komunikasi yang dapat menjangkau tempat dan waktu. Semua orang dapat mengakses dengan sangat mudah kapanpun dan dimanapun kita berada. Pengguna *YouTube* tidak hanya individu tetapi hampir

semua lembaga khususnya lembaga Pendidikan pesantren memiliki akun *YouTube*, selain untuk berdakwah secara online juga sebagai penyebaran informasi yang dapat membangun citra lembaga tersebut.

Dari hasil observasi peneliti, Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas yang beralamatkan di Jl. Ponorogo - Madiun Km 07 Babadan Ponorogo ini, merupakan salah satu pondok pesantren yang menjadi pusat kegiatan santri kilat yang diminati oleh berbagai lembaga pendidikan, terutama sekolah-sekolah SMP dan SMK, baik selama bulan Ramadan maupun di luar bulan tersebut. Kegiatan santri kilat di bulan Ramadan menjadi momen penting untuk meningkatkan keimanan dan pemahaman agama siswa melalui pengalaman intensif dalam mempraktikkan ajaran Islam. Dalam konteks ini, Pondok Al Ikhlas Babadan memberikan lingkungan yang ideal dengan suasana keagamaan yang kental, mendukung para peserta untuk mendalami ajaran Islam melalui pembelajaran praktis dan pengalaman beriman yang mendalam.

Selain program santri kilat pada bulan Ramadan, lembaga-lembaga pendidikan juga melaksanakan kegiatan serupa di luar bulan Ramadan di Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas Babadan. Program ini lebih luas dalam cakupan, mencakup pelatihan keagamaan, pengembangan karakter, dan penguatan pemahaman agama sepanjang tahun. Dengan fasilitas yang sesuai

dan pendekatan pendidikan yang terarah, program-program ini bertujuan untuk memperkuat pondasi keimanan dan akhlak siswa secara menyeluruh.

Kerja sama antara Pondok Al Ikhlas Babadan dengan sekolah-sekolah yang melaksanakan program santri kilat ini memberikan manfaat ganda. Bagi pesantren, ini adalah kesempatan untuk mengembangkan peran sebagai pusat pembelajaran keagamaan yang inklusif dan terbuka bagi berbagai kalangan. Sementara bagi sekolah-sekolah, bekerja sama dengan pesantren seperti Al Ikhlas Babadan memberikan akses yang berharga untuk memperdalam pemahaman agama siswa di luar kurikulum biasa.

Program santri kilat di Pondok Al Ikhlas Babadan juga membawa dampak positif dalam menggerakkan semangat keagamaan di kalangan siswa. Dengan mengikuti kegiatan intensif selama beberapa waktu, peserta dapat merasakan atmosfer keagamaan yang mendalam, memperdalam pemahaman mereka tentang nilai-nilai spiritual, dan memperkuat ketaatan terhadap ajaran agama. Hal ini tidak hanya mempengaruhi siswa secara individual, tetapi juga menciptakan efek positif dalam lingkungan sekolah mereka.

Salah satu aspek kunci dari program santri kilat adalah pembentukan karakter. Melalui pengalaman langsung dalam menjalankan ibadah dan belajar agama secara intensif, siswa

diharapkan dapat menginternalisasi nilai-nilai kejujuran, disiplin, tolong-menolong, dan keteladanan dalam kehidupan sehari-hari. Pondok Al Ikhlas Babadan berperan penting dalam membentuk akhlak dan kepribadian siswa dengan pendekatan yang mengintegrasikan ajaran agama dalam setiap aspek pembelajaran.

Dari sudut pandang sekolah, kegiatan santri kilat juga menjadi strategi untuk meningkatkan kualitas pendidikan agama. Sekolah-sekolah mengakui bahwa program seperti ini dapat memberikan tambahan nilai edukatif yang tidak dapat dicapai melalui pembelajaran konvensional di dalam kelas. Melalui kerja sama dengan pesantren, sekolah-sekolah berharap dapat memberikan pengalaman berbeda yang lebih mendalam dan berdampak bagi siswa, membantu mereka tumbuh menjadi individu yang memiliki fondasi spiritual yang kokoh.

Pondok Al Ikhlas Babadan juga berperan sebagai pusat dialog antar lembaga pendidikan. Melalui kerja sama dalam program santri kilat, terjalin kolaborasi yang erat antara pesantren dan sekolah-sekolah dalam mempromosikan pendidikan agama yang berkualitas.

Pengurus Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas Babadan menyatakan bahwa kerja sama dengan berbagai lembaga luar tidak lepas dari peran penting media sosial, khususnya platform *YouTube* dalam membentuk citra yang baik bagi lembaga. Mereka

mengakui bahwa *YouTube* telah menjadi alat yang efektif untuk memperkenalkan pesantren kepada masyarakat luas dan mempromosikan program-programnya. Dengan menggunakan *YouTube* sebagai saluran komunikasi utama, Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas Babadan dapat menyampaikan informasi tentang kegiatan santri kilat, pendidikan agama, dan nilai-nilai keislaman yang ditekankan di pesantren. Hal ini tidak hanya membangun citra positif bagi lembaga, tetapi juga menarik minat banyak lembaga lain untuk bekerja sama dalam mengembangkan program-program pendidikan agama yang bermutu. Pengurus Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas Ust. Muqorrobin, S.Pd Menyampaikan dalam wawancara penelitian bahwa :

“Menurut saya, *YouTube* sangat efektif dalam membentuk citra pondok pesantren. Melalui platform tersebut, pesantren bisa memperkenalkan kegiatan, kehidupan sehari-hari, dan prestasi yang mereka raih. Selain itu dengan media sosial *YouTube* ini bisa membantu dalam mensyiarkan dakwah agama. Hal ini tentu membantu masyarakat untuk lebih memahami pondok pesantren dan meningkatkan minat untuk bergabung atau mendukung program yang ada di pondok pesantren ini.”⁴

Beliau juga menyatakan bahwa komunikasi yang disampaikan melalui sosial media *YouTube* dapat mengubah sikap masyarakat terhadap lembaga pondok pesantren, hal ini disampaikan dalam wawancara penelitian :

“Saya yakin *YouTube* memiliki potensi besar untuk memengaruhi sikap masyarakat terhadap pondok pesantren.

⁴ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/w/11-3/2024,.

Dengan menyajikan informasi yang jelas dan terpercaya, *YouTube* dapat membantu mengubah pendapat dan sikap masyarakat menjadi lebih positif terhadap pondok pesantren.”⁵

Pendapat yang sama disampaikan oleh koordinator tim media Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas Ust. Hariyanto, S.H. dalam wawancara menyampaikan bahwa di zaman sekarang lembaga Pendidikan khususnya pesantren harus mengikuti perkembangan teknologi seperti hanya aktif di media sosial.

“Menurut saya ini menjadi trobosan baru yang mau tidak mau harus kita ikuti, dengan perkembangan teknologi dan aplikasi yang sangat cepat, lembaga pesantren akan ketinggalan perkembangan apabila tidak aktif di media sosial, di periode ini hampir seluruh pesantren di anjurkan untuk aktif di media sosial yang mana bisa menjadi bagian dalam mempromosikan pesantren di dunia luar. Khususnya di area jawa timur media pondok sudah memiliki wadah khusus sehingga bisa saling sharing antar tim media pesantren.”⁶

Selain itu beliau menyatakan bahwa dengan adanya *YouTube* ini dapat menciptakan hubungan sosial yang baik antara pondok pesantren dengan masyarakat.

“Secara tidak langsung, tentu *YouTube* membuka ruang komunikasi antara pondok pesantren dan masyarakat secara luas. Masyarakat dapat mengomentari dan berinteraksi langsung dengan konten yang disajikan, sehingga menciptakan hubungan sosial yang lebih baik antara keduanya.”⁷

Berdasarkan pernyataan narasumber tersebut media sosial *YouTube* dapat membuka ruang komunikasi yang luas, mengingat

⁵ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/w/11-3/2024,.

⁶ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 02/w/19-3/2024,.

⁷ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 02/w/19-3/2024, 2.

sosial media *YouTube* tidak terbatas ruang dan waktu. Interaksi sosial antara lembaga pesantren dan masyarakat dapat dapat disajikan melalui kolom komentar pada setiap konten, begitu juga pada platform streaming juga terdapat kolom live chat yang mana pesan dapat tersampaikan secara realtime.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa lembaga yang melakukan kerja sama dengan pondok pesantren Al Ikhlas, Sebagian besar lembaga lembaga tersebut melakukan Kerja sama dalam melaksanakan program pesantren kilat. Dalam wawancara tersebut disampaikan bahwa lembaga luar mendapatkan informasi pesantren kilat dari media sosial baik website maupun *YouTube*, seperti yang disampaikan oleh saudara Karima Millati, M.Pd. salah satu guru SMPN 1 Babadan sekaligus panitia pesantren kilat yang dilaksanakan di Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas.

“Jadi dulu itu pernah mengadakan kegiatan mirip seperti ini akan tetapi tidak menginap di sekolah, kita mendatangkan pemateri dari ustadz pondok pesantren dan kegiatan dilaksanakan di sekolah siang hari saja tanpa menginap. Kita dapat info pondok ini sebagian dari sosial media, di *YouTube* kita sering menemui kegiatan pesantren kilat SMK PGRI 2 Ponorogo namun info masih kurang maksimal jadi kita surve langsung ke pondok, selain itu kita juga tanya kepada beberapa lembaga yang sudah melaksanakan pesantren kilat di sini.”⁸

⁸ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 03/w/21-3/2024., 1.

Dari pernyataan narasumber di atas bahwa *YouTube* dapat digunakan sebagai media pembentuk citra lembaga, dengan konten-konten yang positif dan menarik dapat di lirik oleh lembaga lain untuk melakukan kerja sama antar lembaga. Beliau juga menyatakan bahwa dengan adanya kerja sama antar lembaga ini dapat memberikan kesenangan terhadap kedua belah pihak. Lembaga yang melakukan kerja sama merasa terbantu dengan adanya ruang pesantren kilat ini, karena dengan kegiatan ini dapat meningkatkan kualitas pendidikan.

“Ya, tentu saja. Kegiatan kerja sama ini memberikan kesenangan karena kami merasa terbantu dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan dengan menjalankan program pesantren kilat di pondok pesantren. Di sisi lain, pondok pesantren juga merasa senang karena mendapatkan dukungan dan bantuan yang dapat membantu mereka mencapai tujuan mereka.”⁹

Peneliti juga menanyakan hal yang serupa kepada lembaga lain yang melakukan kerja sama pesantren kilat di Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas, dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan bapak Yani Subadyo, S.Pd selaku waka kurikulum SMPN 1 Geger Madiun sekaligus juga menjabat sebagai ketua panitia pesantren kilat yang dilaksanakan di Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas. Dalam wawancara penelitian beliau menyampaikan.

“Sudah lebih dari tiga tahun kami bekerja sama dengan pesantren ini, untuk tahun awal kami mengetahui informasi

⁹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 03/w/21-3/2024, 2.

ini dari website, ya kebetulan muncul berita yang mana pesantren ini membuka ruang untuk pesantren kilat, setelah website kami mencoba melihat video yang ada di *YouTube* namun juga belum se update sekarang jadi masih belum maksimal info yang kami terima, akhirnya kami mencoba datang langsung. Sempat kami juga membandingkan dengan beberapa lembaga pesantren namun pilihan kami yang cocok ya lembaga al Ikhlas ini.¹⁰

Berdasarkan pernyataan narasumber di atas bahwa sosial media masih berada di posisi utama dalam penyampaian informasi, beliau menyampaikan bahwa pada mulanya mendapatkan informasi dari website resmi pondok pesantren namun juga melihat video yang di upload di kanal *YouTube* resmi, tiga tahun yang lalu mungkin tim media pesantren masih belum terwadahi seperti tahun sekarang namun dengan konten konten yang ada sudah membantu orang lain untuk menggali informasi yang di inginkan. Hal ini menunjukkan dokumentasi video yang di unggah pada platform media sosial khususnya media sosial *YouTube* memiliki peran penting untuk menunjang dalam penyampain infomasi kepada khalayak publik.

Namun lain hal dengan pernyataan yang disampaikan oleh saudara Aha Khoirul Anam, M.Pd guru SMPN 2 Ponorogo sekaligus panitia pelaksana kegiatan pesantren kilat yang diadakan di Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas, beliau menyamakan dalam wawancara penelitian.

“Jadi begini mas, sebelumnya kami sudah mencoba kerja sama dengan beberapa pesantren namun kurang begitu maksimal karena pesantren tersebut juga memiliki banyak

¹⁰ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 05/w/28-3/2024,.

santri, kami memilih disini karena pertama santri pondok ini tidak banyak jadi masih bisa kondusif apabila kita datangkan siswa kami kesini selain itu pemateri disini lumayan banyak dan mumpuni di bidangnya. informasi awal kita malah dari temen guru juga yang ternyata suaminya mengajar di smk PGRI 2 dan kita tahu kalo smk PGRI 2 menjadi langganan pesantren kilat disini, kalau soal informasi dari media kita juga mencari tapi ya sedikit.¹¹

Berdasarkan pernyataan narasumber di atas menunjukkan bahwa tidak semua lembaga luar menjalin kerja sama dengan mengandalkan sosial media dalam mencari informasi. Banyak faktor dan juga banyak media informasi yang dapat digunakan sebagai media komunikasi salah satunya informasi yang didapat dari komunikasi antar lembaga. Namun yang menjadi poin utama ialah terjalinnya kerja sama antar lembaga, yang mana jalinan kerja sama antar lembaga dapat menambah relasi dan secara tidak langsung dapat memberikan kesenangan kedua lembaga yang melakukan kerja sama. Narasumber saudara Aha Khoirul Anam, M.Pd juga menyampaikan bahwa pelaksanaan pesantren kilat yang ada di pondok pesantren keterampilan Al Ikhlas ini membuahkan hasil sehingga sampai dengan sekarang masih mempercayakan lembaga ini untuk membantu melaksanakan program sekolah yakni pesantren kilat. Dalam wawancara penelitian beliau menyampaikan.

“Kalo bicara tindakan ya tentu ada hasil dari kerja sama ini, seperti halnya penerapan ngaji bareng di sekolah, ada juga pembacaan asmaul husna sebelum belajar, itu semua menjadi salah satu hasil yang mana pelajaran pesantren yang akhirnya kita aplikasikan di sekolah. Dan kita juga sering

¹¹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 04/w/25-3/2024,.

menjumpai banyak alumni sekolah kami setelah lulus, meneruskan untuk sekolah di pesantren saya kira itu juga efek dari kegiatan pesantren kilat ini.¹²

Berdasarkan pernyataan narasumber di atas bahwa kegiatan pesantren kilat ini membawa dampak baik bagi siswanya yang mana banyak kegiatan pendidikan pesantren yang diterapkan di lingkungan sekolah seperti halnya ngaji bareng dan pembacaan asmaul husna sebelum kegiatan belajar mengajar dimulai. Beliau juga menyatakan bahwa sering menjumpai alumni smpn 2 ponorogo yang melanjutkan sekolah kepesantren, yang mana ini juga menjadi salah satu hasil dari mengenalkan budaya pesantren sejak di sekolah.

2. Paparan data khusus prinsip komunikasi efektif yang terimplementasi dalam membentuk citra pondok pesantren keterampilan al ikhlas melalui *YouTube*.

Hasil observasi peneliti yang dilakukan di Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas Babadan Ponorogo bahwa dalam penyampain informasi yang disampaikan melalui media sosial *YouTube* selalu mengedepankan prinsip komunikasi, hal ini disampaikan oleh pengurus Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas Ust. Muqorrobin, S.Pd dalam wawancara penelitian.

“Menurut saya, prinsip Respect sangatlah penting dalam membangun citra pondok pesantren melalui platform *YouTube*. Ketika kita berkomunikasi dengan masyarakat melalui video atau konten *YouTube*, kita selalu menunjukkan

¹² Lihat Transkrip Wawancara Nomor 04/w/25-3/2024,.

penghargaan dan hormat kepada audiens kita. Ini berarti tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai dan norma-norma yang dihormati oleh masyarakat. Semisal dalam menyampaikan informasi berupa konten tetap mengedepankan sopan santun, begitu juga dalam membalas komentar yang ada kita tetap santai dan tidak arogan.”¹³

Berdasarkan pernyataan narasumber diatas bahwa dalam penyampain informasi melalui *YouTube* selalu mengedepankan prinsip saling menghargai dan menghormati terhadap audiens. Sikap menghargai dan menghormat tersebut di aplikasikan dalam konten dengan memperhatikan nilai nilai dan norma norma yang dihormati masyarakat seperti halnya dalam penyampaian informasi menggunakan sopan satun selain itu juga dalam membalas komentar juga menggunakan bahasa yang santai dan tidak arogan.

Selain mengedepankan sikap *respect*, pengurus Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas juga memperhatikan situasi dan kondisi yang diinginkan oleh audiens. Hal ini dilakukan agar konten yang diunggah selalu relevan dengan kebutuhan dan keinginan audiens. Dengan memahami apa yang diinginkan oleh audiens, konten yang disajikan dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan informasi yang bermanfaat. Dengan pendekatan ini, hubungan antara pengurus dan audiens menjadi lebih terbuka dan responsif, menciptakan lingkungan yang positif dan saling

¹³ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/w/11-3/2024,.

mendukung. Hal ini disampaikan dalam wawancara penelitian di Pondok Pesantren Keterampilan Al - Ikhlas.

“Empathy sangatlah penting dalam konteks ini. Kita perlu memahami kebutuhan, keinginan, dan perilaku masyarakat yang menjadi target audiens kita. Dengan memahami perspektif mereka, kita dapat menciptakan konten yang relevan dan dapat meningkatkan keterlibatan mereka dengan pondok pesantren melalui platform *YouTube*. seperti halnya dibulan ramadhan kita menyajikan konten pengajian kitab kuning secara live, sehingga teman teman alumni dapat mengikuti ngaji kitab dari rumah, begitu juga apabila ada yang tidak ikut (berhalangan hadir) masih bisa melihat record ngaji ngaji sebelumnya di *YouTube*.¹⁴

Berdasarkan pernyataan narasumber diatas bahwa prinsip empaty juga menjadi perhatian khusus mengingat bahwa dengan mengetahui keinginan audiens, informasi yang di sampaikan menjadi di relevan dan dapat dengan mudah diterima oleh audiens.

peneliti juga melakukan wawancara kepada koordinator media pondok pesantren keterampilan al Ikhlas saudara hariyanto, S.H. Beliau menambahkan bahwa di setiap konten konten yang diupload selalu melewati pengecekan ulang, hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konten dapat menyampaikan informasi dengan jelas dan begitu juga audiens dapat menerima pesan yang disampaikan dengan mudah. Pernyataan ini disampaikan pada saat wawancara penelitian di pondok pesantren keterampilan al Ikhlas ponorogo.

“Kami selalu berusaha untuk menyampaikan pesan secara jelas dan mudah dimengerti melalui konten-konten yang

¹⁴ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 01/w/11-3/2024,.

kami buat di *YouTube*. Kami memperhatikan bahasa yang digunakan, penyajian informasi, dan visualisasi agar dapat mempermudah audiens dalam memahami pesan yang ingin kami sampaikan. Dan tentunya sebelum proses upload kita cek ulang konten-konten tersebut untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat di pahami oleh publik.”¹⁵

Berdasarkan pernyataan narasumber di atas, produksi konten media sosial khususnya konten *YouTube* yang dikelola oleh tim media Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas sangat mengedepankan prinsip *audible*. Prinsip ini menekankan pada kejelasan bahasa, cara penyampaian informasi, dan visualisasi yang memiliki pengaruh besar dalam efektivitas komunikasi.

Dalam konteks pembuatan konten *YouTube*, aspek kejelasan bahasa sangat penting. Hal ini mencakup penggunaan kata-kata yang jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, cara penyampaian informasi juga harus dilakukan secara sistematis dan terstruktur agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh penonton. Visualisasi juga menjadi faktor kunci dalam konten *YouTube*, karena dapat membantu menggambarkan dan memperjelas informasi yang disampaikan.

Dengan mengedepankan prinsip *audible* ini, tim media Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas dapat memastikan bahwa setiap konten yang dihasilkan tidak hanya informatif, tetapi juga mudah dipahami dan menarik bagi audiens. Hal ini membantu

¹⁵ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 02/w/19-3/2024, 1.

meningkatkan kualitas komunikasi melalui platform media sosial seperti *YouTube*, sehingga pesan-pesan yang disampaikan dapat mencapai tujuan mereka dengan lebih efektif.

Selain prinsip *audible* koordinator media pondok juga menegaskan bahwa dalam penyampaian informasi melalui *YouTube* juga mengedepankan prinsip *care* dan *humble*. Sikap rendah hati dan perhatian menjadi bagian penting dalam penyampaian informasi. Hal ini disampaikan dalam wawancara penelitian di pondok pesantren keterampilan al Ikhlas

“Sikap perhatian dan rendah hati sangatlah penting. Kami selalu berusaha untuk memberikan perhatian kepada umpan balik yang kami terima dari audiens melalui *YouTube*. Kami merespon pertanyaan, masukan, dan kritik dengan baik, dan kami selalu bersikap rendah hati dalam menerima apresiasi maupun kritik yang diberikan kepada kami.”¹⁶

Berdasarkan pernyataan narasumber di atas sikap rendah hati dan perhatian menjadi bagian penting dalam penyampaian informasi. Dengan adanya sikap *care*, tim media Pondok Pesantren Keterampilan Al - Ikhlas memastikan bahwa konten yang disampaikan memperhatikan kebutuhan dan kepentingan audiens. Mereka mengambil peran sebagai pendengar yang baik, menerima umpan balik, dan merespons pertanyaan atau komentar dengan baik.

Selain itu, pendekatan *humble* (rendah hati) juga penting dalam konteks ini. Dengan sikap yang rendah hati, tim media

¹⁶ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 02/w/19-3/2024, 2.

Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berbagi pengetahuan dengan cara yang menghormati audiens. Mereka mengakui bahwa mereka terus belajar dan berkembang, dan siap menerima masukan dari audiens untuk terus memperbaiki kualitas konten yang dihasilkan.

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh lembaga yang menjalin kerja sama dengan pondok pesantren keterampilan al Ikhlas, saudara Aha Khoirul Anam, M.Pd mengatakan bahwa penyampaian informasi melalui kanal youtub sudah lumayan baik dan bisa di terima. Pernyataan ini disampaikan dalam wawancara penelitian.

“Sudah lumayan baik, kami sering melihat konten yang ada di *YouTube* al Ikhlas ini, informasi yang di sampaikan juga sudah cukup jelas, sekilas untuk konten sudah ada semua mulai dari ngaji, dakwah dan juga kegiatan pesantren kilat ada, namun di sisi perkembangan seperti halnya editing dan beberapa di kualitas gambar masih perlu di kaji ulang.”¹⁷

Berdasarkan penjelasan narasumber diatas bisa di konfirmasi bahwa memang betul konten yang unggah dalam kanal *YouTube* pondok pesantren keterampilan al Ikhlas memang mengedepankan prinsip *audible*. Namun memang masih ada yang perlu untuk di kembangkan lagi, beliau mengatakan masih perlu di tingkatkan lagi pada kualitas gambar, masih ada beberapa video yang kurang bagus dalam editingnya.

¹⁷ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 04/w/25-3/2024, 2.

Pendapat yang berbeda disampaikan oleh bapak Yani Subadyo, S.Pd. dari SMPN 1 Geger yang juga sedang menjalin kerja sama dengan pondok pesantren keterampilan al Ikhlas, beliau mengatakan dalam wawancara penelitian.

“Sekilas kami melihat kanal *YouTube* pondok ini sudah cukup update, informasi yang disampaikan juga cukup bisa diterima mulai dari kegiatan pesantren kilat juga terdokumentasikan begitu juga kegiatan keseharian juga ada, dan tidak jarang kita jumpai live streaming, baik itu pengajian, ataupun kegiatan hiburan semisal pentas seni dll.”¹⁸

Berdasarkan penjelasan narasumber diatas bahwa informasi yang disampaikan melalui *YouTube* sudah jelas dan konten konten yang di unggah cukup beragam mulai dari kegiatan sehari hari hingga acara yang di dokumentasikan secara live.

Selain prinsip audible dalam menjalin kerja sama dengan lembaga luar Pondok Pesantren Keterampilan Al - Ikhlas dan lembaga terkait dalam setiap komunikasi dan interaksi selalu mengedepankan sikap penghargaan dan rendah hati, hal ini disampaikan oleh saudara Kharima Milati, S.Pd panitia pesantren kilat dari SMPN 1 Babadan dalam wawancara penelitian.

“Kami sangat mengutamakan nilai-nilai penghargaan dan hormat dalam setiap komunikasi dengan Pondok Pesantren. Sejak awal, kami menjalin hubungan yang didasarkan pada saling pengertian dan menghargai perbedaan. Setiap kali berinteraksi, kami berusaha untuk mendengarkan dengan seksama dan menghormati pandangan serta kebijakan yang telah ditetapkan oleh pondok pesantren. Kami juga senantiasa mengkomunikasikan tujuan dan niat kerja sama

¹⁸ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 05/w/28-3/2024, 2.

kami dengan jelas, agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau merugikan pihak pondok pesantren.”¹⁹

Berdasarkan penjelasan narasumber di atas bahwa dalam proses interaksi dan komunikasi antara kedua belah pihak beliau menjelaskan bahwa senantiasa mengkomunikasikan tujuan dan niat kerja sama agar tidak ada kesalahpahaman. Tidak hanya sikap menghargai dan menghormati saja narasumber Karima Millati, S.Pd juga menjelaskan bahwa dalam menjalin kerja sama harus mengerti kebutuhan dan keinginan. Disisi lain agar sebuah kerja sama terjalin semakin erat.

“Kami percaya bahwa empati adalah kunci utama dalam menjalin kerja sama yang berkelanjutan dengan Pondok Pesantren. Sebelum mengambil langkah apa pun, kami berusaha untuk memahami dengan baik konteks, kebutuhan, dan harapan dari pondok pesantren tersebut. Kami melakukan komunikasi dua arah yang terbuka dan mendengarkan dengan seksama setiap umpan balik dan masukan dari pihak pondok pesantren. Hal ini memungkinkan kami untuk menyesuaikan strategi kerja sama kami sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka, sehingga dapat memperkuat hubungan kami dengan pihak pesantren.”²⁰

Pernyataan narasumber diatas menjelaskan bahwa juga mengutamakan sikap empati, agar dapat menyesuaikan strategi kerja sama yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan. Sehingga hubungan antara keduanya semakin kuat.

¹⁹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 03/w/21-3/2024, 2.

²⁰ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 03/w/21-3/2024, 2.

Pendapat lain juga disampaikan oleh lembaga lain yang menjalin kerja sama, saudara Aha Khoirul Anam, M.Pd panitia pesantren kilat dari SMPN 2 Ponorogo, beliau menjelaskan bahwa.

“Tentu kita respon akan hal itu, mengingat kami sudah diterima dengan baik dalam menjalankan program ini. Sebagai contoh, ketika Pondok Pesantren menyampaikan kebutuhan akan materi pendidikan agama yang umum di berikan disekolah, kami merespons dengan memberikan penjelasan dan juga tentunya buku materi yang ada, selain itu juga kami terbuka untuk diskusi mengenai materi materi yang mungkin masih belum jelas. Selain itu, kami juga berupaya untuk membantu mempromosikan kegiatan dan acara yang diadakan oleh pondok pesantren, baik melalui platform online maupun offline.”²¹

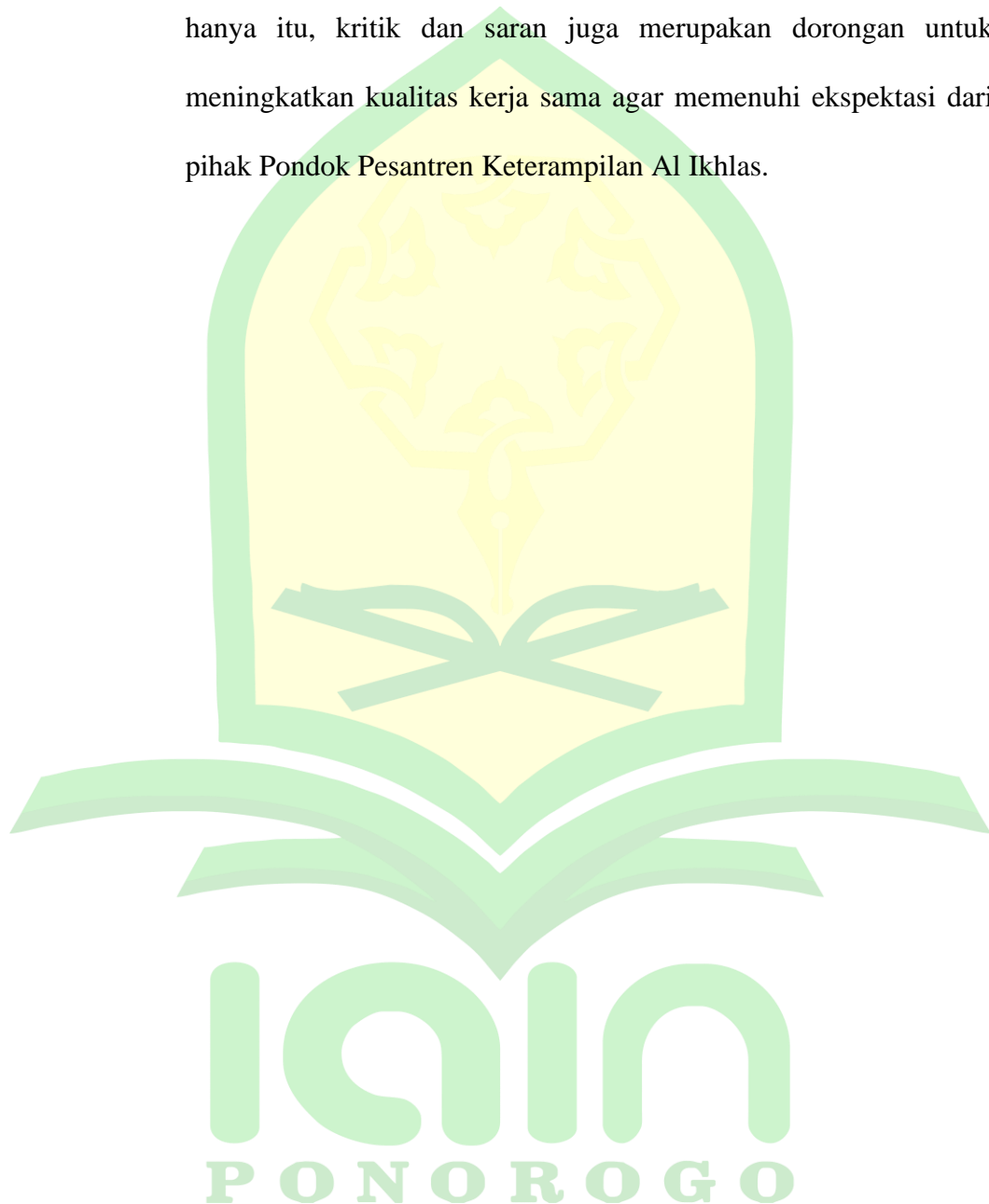
Pernyataan narasumber diatas bahwa selain prinsip *empaty* juga mengutamakan prinsip *care* atau respon terhadap kebutuhan dan tujuan dari kerja sama antar dua lembaga. Beliau selalu merespon dengan baik apa yang di butuhkan pondok pesantren begitu juga sebaliknya. Narasumber saudara Aha Khoirul Anam, M.Pd juga memaparkan bahwa dalam menjalin kerja sama ini saling menerima kritik dan saran dengan rendah hati.

“Kami menganggap kritik dan masukan dari Pondok Pesantren sebagai peluang untuk berkembang dan memperbaiki diri. Kami selalu menerima kritik dengan sikap terbuka dan rendah hati, tanpa merasa tersinggung atau membela diri. Setiap kritik kami anggap sebagai dorongan untuk meningkatkan kualitas kerja sama kami dan lebih memenuhi ekspektasi dari pihak pondok pesantren”²²

²¹ Lihat Transkrip Wawancara Nomor 04/w/25-3/2024, 2.

²² Lihat Transkrip Wawancara Nomor 04/w/25-3/2024, 1.

Penjelasan narasumber di atas bahwa beliau menganggap kritik dan saran yang disampaikan pondok pesantren merupakan sebuah peluang untuk berkembang dan memperbaiki diri. Tidak hanya itu, kritik dan saran juga merupakan dorongan untuk meningkatkan kualitas kerja sama agar memenuhi ekspektasi dari pihak Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas.



BAB IV

ANALISIS DATA EFEKTIVITAS KOMUNIKASI PONDOK PESANTREN

KETERAMPILAN AL – IKHLAS PONOROGO DALAM

PEMBENTUKAN CITRA

A. Analisis Data Tanda Komunikasi Efektif Yang Muncul Dalam Penggunaan Akun *YouTube* Untuk Membentuk Citra Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas

Analisis data merupakan proses pengelompokan data ke dalam kategori-kategori dan rangkaian informasi dasar agar tema dapat diidentifikasi dan hipotesis dapat dibentuk berdasarkan temuan data.¹ Setelah mengumpulkan sejumlah data dari berbagai sumber informasi untuk menghasilkan temuan, data tersebut kemudian dianalisis, dikaji, dan dikaitkan dengan pengamatan langsung dalam fenomena yang diteliti untuk memastikan keabsahan hasil. Selain itu, dilakukan analisis untuk memastikan kesesuaian temuan selama penelitian dengan teori yang digunakan guna memperoleh hasil yang valid. Kemudian ditarik kesimpulan yang menjelaskan keseluruhan hasil penelitian yang dilakukan.

Dalam penelitian ini analisis data fokus pada tanda komunikasi efektif dalam penggunaan akun *YouTube* pondok pesantren untuk membentuk citra suatu lembaga. Pada kajian teori yang ada pada bab sebelumnya, dijelaskan setidaknya ada empat tanda komunikasi efektif.

¹ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 287.

Pertama, pengertian, artinya Penerimaan yang cermat dari isi stimulus seperti yang dimaksudkan oleh komunikator. Artinya efektifitas komunikasi itu berjalan karena adanya pesan atau maksud komunikator tersampaikan.² Komunikator yang dimaksud dalam hal ini adalah pihak pondok pesantren. Pengurus dan tim media Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas menyatakan bahwa pesan yang disampaikan sudah jelas dan tersampaikan dengan baik. Namun hal ini kurang sesuai dengan pernyataan beberapa lembaga yang menjalin kerja sama, bahwa informasi masih belum sepenuhnya bisa diterima, nyatanya dalam menggali informasi sebelum menjalin kerja sama masih perlu informasi dan survei dari media lain tidak cukup dari *YouTube* saja. Keberhasilan komunikasi tidak hanya terletak pada kejelasan pesan yang disampaikan oleh komunikator, tetapi juga pada penerimaan dan pemahaman yang tepat oleh penerima pesan.

Ke dua, kesenangan, komunikasi merupakan hal penting untuk membangun suatu hubungan menjadi hangat, akrab dan menyenangkan. Sesuai pengamatan peneliti bahwa dalam komunikasi, khususnya antar lembaga yang menjalin kerja sama Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas dapat menciptakan kesenangan dalam berkomunikasi. Lembaga yang menjalin kerja sama dengan Pondok Pesantren Keterampilan Al - Ikhlas mengaku bahwa merasa senang dalam berkomunikasi, tidak hanya itu mereka juga senang bisa menjalin kerja sama karena dapat membantu meningkatkan kualitas pendidikan di lembaga mereka. Sehingga,

² Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 336.

komunikasi bukan hanya menjadi alat untuk menyampaikan pesan, tetapi juga memainkan peran penting dalam membentuk hubungan yang positif dan bermakna.

Ke tiga, mempengaruhi sikap, tentu komunikasi yang baik dapat memengaruhi sikap atau tindakan komunikasi. Hal ini selaras dengan pernyataan yang disampaikan antara pihak pondok pesantren dan juga beberapa lembaga yang menjalin kerja sama. Bahwa komunikasi yang disampaikan baik yang melalui *YouTube* maupun komunikasi yang disampaikan dalam menjalin kerja sama antar lembaga, dapat mempengaruhi sikap masyarakat. Dengan melihat konten keseharian dan juga dakwah yang disampaikan melalui kanal *YouTube* setidaknya mengubah perspektif masyarakat menjadi positif, hal ini dibuktikan tidak sedikit lembaga luar yang menjalin kerja sama dengan Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas. Dengan demikian bahwa komunikasi yang efektif tidak hanya memenuhi tujuan informasional, tetapi juga memiliki kekuatan untuk membentuk dan memengaruhi sikap serta perilaku individu dan kelompok dalam masyarakat.

Ke empat, terciptanya hubungan sosial yang baik, tentu sebuah komunikasi yang baik dapat menciptakan hubungan sosial yang baik diantara kedua belah pihak, hal ini selaras dengan pernyataan antara pihak pondok pesantren dengan lembaga yang menjalin kerja sama. Hubungan sosial yang baik tidak hanya ketika bertemu langsung di lokasi yang sama, namun juga hubungan sosial yang terjalin baik di media sosial semisal

jalanan sosial yang baik di kolom komentar maupun di kolom live chat ketika sedang melakukan siaran langsung. media sosial menjadi salah satu sarana utama dalam membentuk dan memelihara hubungan sosial, sehingga komunikasi yang efektif di platform tersebut juga menjadi kunci penting dalam membangun hubungan yang positif antara berbagai pihak.

Ke lima, tindakan, indikator terpenting dalam sebuah komunikasi ialah tindakan yang dilakukan setelah berkomunikasi. tidak sedikit tindakan yang dilakukan oleh pihak lembaga pondok pesantren keterampilan Al Ikhlas untuk menunjang komunikasi yang baik. Begitu juga pada lembaga yang menjalin kerja sama bahwa banyak hal positif yang masih dilakukan setelah jalinan kerja sama selesai. Semisal tetap menerapkan kebiasaan di pesantren pada kegiatan belajar mengajar disekolah. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif tidak hanya berhenti pada pertukaran pesan verbal atau tulisan, tetapi juga tercermin dalam tindakan konkret yang dilakukan untuk memperkuat hubungan dan implementasi hasil komunikasi.

B. Analisis Prinsip Komunikasi Efektif Yang Terimplementasi Dalam Membentuk Citra Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas Melalui *YouTube*

Komunikasi yang efektif tidak hanya melibatkan penyampaian informasi dengan baik, tetapi juga mempertimbangkan respons dan pemahaman penerima pesan. Hal ini mencakup kemampuan untuk menyampaikan pesan secara tepat dan relevan dengan konteks serta audiens

yang dituju. Selain itu, komunikasi efektif juga memperhatikan cara penyampaian yang membangun hubungan yang baik antara pengirim dan penerima pesan, sehingga tujuan komunikasi dapat tercapai dengan lebih baik. Kajian teori pada bab sebelumnya menjelaskan setidaknya ada lima prinsip komunikasi efektif.³

Pertama, *Respect*, yakni membangun komunikasi dengan saling menghargai dan hormat kepada orang lain, dimana seorang komunikator harus bisa menghargai komunikannya sebagai sasaran dalam komunikasi. Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas sudah menerapkan prinsip menghargai dan menghormati orang lain, hal ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh saudara Karima Millati, S.Pd. pihak SMPN 1 Babadan yang sedang menjalin kerja sama dengan Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas, bahwa mereka merasakan penghargaan atas komunikasi yang berlangsung baik secara online maupun offline ketika bertemu langsung. Dengan demikian pandangan bahwa hormat terhadap orang lain menjadi faktor penting dalam menjalin komunikasi yang baik.

Ke dua, *Empaty*, Kemampuan untuk memahami situasi orang lain, penting dalam pendidikan untuk membangun suasana komunikasi yang kondusif di lembaga pendidikan. Pihak Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas selalu membaca apa yang dibutuhkan dan diinginkan dari audien, baik dalam membuat konten *YouTube* maupun dalam konteks menjalin kerjasama dengan pihak lembaga lain. Kharima Millati, S.Pd. membenarkan

³ fajar, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik*, 203.

pernyataan tersebut, bahwa dalam menjalin kerja sama selalu merencanakan apa yang dibutuhkan, dan juga melakukan komunikasi dua arah, agar apa yang nanti dikerjakan sesuai dengan harapan dan tujuan yang sudah direncanakan, tidak hanya itu bahwa dengan mengedepankan prinsip empaty ini dapat mempererat jalinan kerja sama antar lembaga. Empaty menjadi faktor penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif dalam menjalin hubungan dengan orang lain baik berupa jalinan kerja sama antar lembaga atau bentuk hubungan yang lain.

Ke tiga, *Audible*, Bermakna dapat didengarkan atau dimengerti. Artinya pesan yang disampaikan oleh komunikator jelas dan dapat diterima oleh komunikan dengan baik.⁴ Dalam membuat konten media sosial khususnya *YouTube*, pihak Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas selalu melakukan proses cek ulang sebelum konten di upload, hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa semua yang disampaikan jelas. Namun sesuai dengan pengamatan peneliti, pernyataan tersebut masih kurang tepat, informasi dan visualisasi konten yang diupload pada kanal *YouTube* masih perlu ditingkatkan, pihak SMPN 2 Ponorogo saudara Aha Khorul Anam, M.Pd juga mengatakan hal yang sama bahwa konten konten *YouTube* pondok pesantren keterampilan Al Ikhlas masih perlu di tingkatkan, karena masih ada beberapa video dengan penangkapan gambar yang kurang sempurna, yang menjadikan visualisasi gambar kurang bisa diterima. Kelengkapan informasi dan kejelasan visualisasi konten menjadi poin

⁴ fajar, 204.

utama dalam penyebaran informasi, baik buruknya visualisasi konten menjadi faktor penentu komunikasi efektif.

Ke empat, *Care*, Menyimak pesan dengan seksama agar pembicara merasa diperhatikan. Dalam berkomunikasi baik di media sosial maupun tidak, pihak Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas selalu berusaha untuk memberikan perhatian terhadap umpan balik yang diterima, baik berupa masukan, saran, maupun kritikan khususnya yang didapat dari media sosial *YouTube*. Pihak lain dari lembaga yang menjalin kerja sama dengan Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas juga merasakan hal yang sama bahwa dalam berkomunikasi saling terbuka terhadap kritik dan saran yang diterima. Sesuai dengan sudut pandang penulis bahwa komunikasi dikatakan efektif apabila prinsip komunikasi efektif terpenuhi, hal ini selaras dengan pernyataan kedua belah pihak tersebut, bahwa dalam berkomunikasi selalu merespon umpan balik dengan baik.

Ke lima, *Humble*, Rendah hati adalah kunci untuk membangun efektivitas komunikasi. Komunikasi yang efektif tidak luput dari respon yang diterima komunikator. Pihak Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas selalu terbuka lebar atas masukan kritik dan saran yang diterima, baik dari sosial media maupun kritik dan saran yang diterima secara langsung dari pihak lembaga yang menjalin kerja sama dengan Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas. Begitu juga dengan lembaga yang melakukan kerja sama, beliau mengatakan bahwa semua kritik dan saran yang diterima menjadi sebuah peluang bagus untuk berkembang dan

memperbaiki diri, disisi lain kritik dan saran juga dapat mendorong untuk meningkatkan kualitas kerja sama antar lembaga menjadi lebih baik sesuai dengan apa yang diharapkan dari kedua belah pihak. Dengan demikian penulis sepakat bahwa komunikasi efektif tidak luput dari sikap rendah hati dan saling memahami antara kedua belah pihak yang saling berkomunikasi.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan ini, peneliti mengambil beberapa kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah diatas bahwa :

1. Komunikasi yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas melalui akun *YouTube* @media Al Ikhlas telah berhasil dalam beberapa aspek komunikasi efektif, seperti penyampaian pesan yang jelas, menciptakan kesenangan dalam interaksi, mempengaruhi sikap masyarakat, membangun hubungan sosial yang baik, dan mendorong tindakan positif. Meskipun demikian, masih ada area yang perlu diperbaiki, terutama terkait kelengkapan informasi yang disampaikan. Dalam keseluruhan, komunikasi tersebut dapat dianggap cukup efektif dengan ruang untuk peningkatan lebih lanjut dalam menyampaikan pesan yang lebih komprehensif dan mendalam kepada pihak terkait.
2. Prinsip Komunikasi Efektif yang diterapkan dalam penyampaian melalui media sosial *YouTube* @media Al Ikhlas milik Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas telah mencakup prinsip-prinsip komunikasi efektif, seperti prinsip *Respect, Empaty, Audible, Care, dan Humble*. Namun perlu perbaikan terutama dalam visualisasi konten agar pesan dapat lebih jelas dan diterima dengan baik oleh audiens. Secara keseluruhan, komunikasi ini sudah bagus namun belum dianggap efektif dalam membentuk citra lembaga, karena

banyak lembaga yang menjalin kerja sama masih melakukan survei dan mencari informasi dari sumber-sumber lain selain *YouTube*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Efektivitas Komunikasi Pondok Pesantren Keterampilan AI – Ikhlas Dalam Pembentukan Citra, maka saran yang dapat peneliti berikan sebagai berikut :

1. Kepada Tim Media AI Ikhlas diharapkan memaksimalkan media sosial dalam mempublikasikan konten konten, dan perlu di perhatikan dalam penggunaan bahasa yang jelas, mudah dipahami, dan sesuai dengan target audiens. Disisi lain visualisasi konten agar lebih menarik dan informatif guna memperkuat pesan yang ingin disampaikan.
2. Kepada peneliti selanjutnya, untuk meneliti lebih lanjut dan lebih luas lagi dalam melakukan penelitian media sosial khususnya media sosial *YouTube* agar dapat menyempurnakan penelitian ini menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSATAKA

- Abraham. *Sukses Menjadi Artis Dengan YouTube*. Surabaya: Reform Media, 2011.
- Abubakar, Rifai. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021.
- Akbar, Ali. “Efektifitas YouTube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Serambi on TV).” Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2018.
- alma. *Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, n.d.
- Ardianto, Elvinaro. *Handbook Of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Reka Tama Media, 2013.
- Asdani, Kindarto. *Belajar Sendiri YouTube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)*. Jakarta: PT Elexmedia Komputindo, 2008.
- blog.youtube. “YouTube for Press.” Accessed January 4, 2024. <https://blog.youtube/press/>.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kualitatif, (Komunikasi, Ekonomi Dan Kebijakan Publik Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1998.
- Darsyah, Fawaid. “Efektivitas Komunikasi Organisasi Dalam Pelaksanaan Program Kerja Kwartir Ranting Gerakan Pramuka Rangsang Barat Periode 2008-2011.” Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2012.
- “Dokumen Dari Tim Media al Ikhlas,” February 29, 2024.
- fajar, Marhaeni. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Fatmawati, Nurul. “Pengaruh Positif Dan Negatif Media Sosial Terhadap Masyarakat,” n.d. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14366/Pengaruh-Positif-dan-Negatif-Media-Sosial-Terhadap-Masyarakat.html>.

- Fitur produk - Panduan Cara Kerja YouTube. "Fitur produk - Panduan Cara Kerja YouTube." Accessed January 5, 2024. <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/product-features/>.
- Fitur produk - Panduan Cara Kerja YouTube. "Fitur produk - Panduan Cara Kerja YouTube." Accessed January 5, 2024. <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/product-features/>.
- Gozali, M. Bahri. *Pendidikan Pesantren Berwawasan Lingkungan*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 2001.
- Hasbullah. *Sejarah Pendidikan Islam Di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.
- H.A.W Widjaja. *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara, 1993.
- Jefkins., Frank. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Lestari, Renda. "Penggunaan YouTube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris. Makalah Seminar Nasional Kedua Pendidikan Berkemajuan Dan Menggembirakan, Universitas Muhammadiyah Surakarta." *Jurnal Pendidikan*, n.d.
- Moleong, Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006.
- Mujib, Abdul. *Ilmu Pendidikan Islam*,. Jakarta: kencana, 2010.
- Mulyadi, Redi. *Kamus Nasional Kontemporer*. Solo: CV. Aneka, 2005.
- Mulyana, Dedi, Stewart L Tubbs, and Syylvia Moss. *Pengantar Kontak – Kontak Komunikasi*. bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001.
- Nadyantana Mulia, Bella. "Efektivitas Media Sosial Instagram @fuadbakh Sebagai Media Dakwah (Ditinjau Dari Teori Jarum Hipodermik)." Skripsi, IAIN Ponorogo, 2019.
- Nopita Dewi, Misna. "Efektivitas Komunikasi Antara Guru Dan Murid Dalam Membentuk Akhlak Kepada Murid SD Negeri Blang Menara Bener Meriah." Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2021.
- Patria Darmawan, Mekki. "Efektifitas Media Promosi Youtube Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Universitas Muhammadiyah Jember." Skripsi, Universitas Muhammadiyah Jember, 2019.

- Pedoman Komunitas & Kebijakan YouTube - Panduan Cara Kerja YouTube. "Pedoman Komunitas & Kebijakan YouTube - Panduan Cara Kerja YouTube." Accessed January 4, 2024. <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/>.
- "PONDOK PESANTREN KETRAMPILAN AL-IKHLAS BABADAN PONOROGO." Accessed March 1, 2024. <https://www.lks-al-ikhlas-ponorogo.com/pages/pondok-pesantren-ketrampilan-al-ikhlas-babadan-ponorogo>.
- Putra Daulay, Haidar. *Pendidikan Islam Dalam Sistem Pendidikan Nasional Di Indonesia*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2012.
- Riswandi. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Rosadi, Ruslan. *Praktik Dan Solusi Public Relations Dalam Situasi Krisis Dan Pemulihan Citra*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1997.
- "Sejarah Berdirinya Pon Pes Keterampilan Al Ikhlas | AL - IKHLAS.NET." Accessed March 1, 2024. <https://alikhlasbabadan.blogspot.com/2021/11/sejarah-berdirinya-pon-pes-keterampilan.html>.
- Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, n.d.
- "Tentang | YouTube Social Impact." Accessed January 5, 2024. <https://socialimpact.youtube.com/intl/id/about/>.
- Ulansari, Rani. "Efektivitas Komunikasi Interpersonal Antara Perawat Dan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Tipe B Andi Makkasau Kota Parepare." Skripsi, STAIN Parepare, 2016.
- Usman, A. Rani. *Etnis Cina Perantaraan Di Aceh*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2009.
- Wahid, Abdurrahman. *Menggerakkan Tradisi*. Yogyakarta: PT. LKIS, 2001.
- Widjaja, HAW. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT Citra Aditya Bakti, 2003.

Yazid, Abu. *Paradigma Baru Pesantren Menuju Pendidikan Islam Transformatif*. Yogyakarta: Ircisod, 2018.

“YouTube.” In *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*, December 11, 2023. <https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=YouTube&oldid=24981651>.

zagitanank. “Post - Pondok Pesantren Al Ikhlas Babadan Jadi Rujukan Kerjasama SMP dan SMK di Ponorogo.” LKS al-Ikhlas Ponorogo. Accessed February 15, 2024. <http://www.lks-al-ikhlas-ponorogo.com/detailpost/pondok-pesantren-al-ikhlas-babadan-jadi-rujukan-kerjasama-smp-dan-smk-di-ponorogo>.



LAMPIRAN – LAMPIRAN



DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar 1. Bangunan Pondok Pesantren Keterampilan Al - Ikhlas



Gambar 2. Bangunan Pondok Pesantren Keterampilan Al - Ikhlas



Gambar 3. Kegiatan Pesantren Kilat



Gambar 4. Kegiatan Pesantren Kilat



Gambar 5. Kegiatan Pesantren Kilat



Gambar 6. Peneliti sedang melakukan wawancara dengan guru SMPN 1 Babadan Ponorogo

P O N O R O G O



Gambar 7. Peneliti sedang melakukan wawancara dengan Pengurus Pondok Pesantren Keterampilan Al Ikhlas



Gambar 8. Peneliti sedang melakukan wawancara dengan Koordinator Media Pondok Pesantren Keterampilan Al - Ikhlas



Gambar 9. Peneliti sedang melakukan wawancara dengan guru SMPN 1 Geger



Gambar 10. Peneliti sedang melakukan wawancara dengan guru SMPN 2 Ponorogo



Gambar 11. Produksi konten *YouTube*



Gambar 12. Produksi konten *YouTube*

SUSUNAN PENGURUS TIM MEDIA
PONDOK PESANTREN KETERAMPILAN AL – IKHLAS
PERIODE 2023 – 2025

NO	JABATAN	NAMA
1.	Penanggung Jawab	Ust. Ali Ya'qub Mustofa
		Ust. Suratno, S.H
		Ust. Pendi Ratmoko
2.	Koordinator Media	Ust. Hariyanto, S.H
		Ust. Ahmad Muttaqin
3.	Sekretaris	Ust. Imam Budi Prasetyo
		Ust. Saifudin Zuar
4.	Bendahara	Ust. Hudi
		Ust. Hamdan Rifai
5.	Inventaris dan Teknisi	Ust. Feryudana Kusuma
6.	Divisi Website	Ust. Fuad Ahmadi
7.	Divisi <i>YouTube</i> dan Instagram	Ust. Hariyanto, S.H
8.	Kreator	Ust. Imam Budi Prasetyo
		Ust. Dimas Prayoga
		Ust. Ahmad Fatta

P O N O R O G O



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Alamat: Jl. Puspita Jaya, Krajan, Pintu, Jenangan, Ponorogo 63492
e-mail: fuad@iainponorogo.ac.id website: www.fuad.iainponorogo.ac.id

Nomor : B-0346/In.32.4/PP.00.9/02/2024 29 Februari 2024
Lampiran : 1 Eks. Proposal Skripsi
Perihal : Permohonan Izin Penelitian Individual

Yth. **Pengasuh Pondok Pesantren Keterampilan AI-Ikhlas**
Di
Jl. Ponorogo Madiun KM 07 Kanten, Babadan, Ponorogo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat kami sampaikan bahwa mahasiswa di bawah ini :

Nama : Muhammad Chozinatul Asror
NIM : 302200131
Semester : VIII Tahun Akademik 2023/2024
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

sedang dalam proses menyelesaikan studi/penulisan skripsi dengan judul "**Efektivitas Komunikasi Pondok Pesantren Keterampilan AI - Ikhlas dalam Pembentukan Citra (Studi Deskriptif pada Akun Youtube @media AI Ikhlas)**", sehingga perlu mengadakan penelitian secara individual pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon dengan hormat kiranya saudara berkenan memberikan izin dan petunjuk-petunjuk/pengarahan guna kepentingan dimaksud.

Demikian permohonan ini kami sampaikan dan atas perkenannya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Ahmad Munir

LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA

Kode : 01/w/11-3/2024
 Nama Informan : Muqorrobin, S.Pd.
 Keterangan : Dewan Pengurus Pon Pes Keterampilan Al Ikhlas
 Hari dan Tanggal : Senin, 11 Maret 2024
 Tempat wawancara : Pon Pes Keterampilan Al Ikhlas

Materi Wawancara	
Peneliti	apa pendapat bapak, tentang penggunaan <i>YouTube</i> dalam pembentukan citra pondok pesantren?
Narasumber	Menurut saya, <i>YouTube</i> sangat efektif dalam membentuk citra pondok pesantren. Melalui platform tersebut, pesantren bisa memperkenalkan kegiatan, kehidupan sehari-hari, dan prestasi yang mereka raih. Selain itu dengan media sosial <i>YouTube</i> ini bisa membantu dalam mensyiarkan dakwah agama. Hal ini tentu membantu masyarakat untuk lebih memahami pondok pesantren dan meningkatkan minat untuk bergabung atau mendukung program yang ada di pondok pesantren ini.
Peneliti	Bagaimana menurut bapak, Apakah <i>YouTube</i> dapat memengaruhi sikap masyarakat terhadap pondok pesantren?
Narasumber	Saya yakin <i>YouTube</i> memiliki potensi besar untuk memengaruhi sikap masyarakat terhadap pondok pesantren. Dengan menyajikan informasi yang jelas dan terpercaya, <i>YouTube</i> dapat membantu mengubah pendapat dan sikap masyarakat menjadi lebih positif terhadap pondok pesantren.
Peneliti	apa tindakan konkret yang diambil oleh pondok pesantren setelah menggunakan <i>YouTube</i> dalam memperkenalkan diri mereka?
Narasumber	Ya, tentu. Pondok pesantren yang aktif di <i>YouTube</i> biasanya mengambil tindakan konkret seperti mengadakan kegiatan terbuka, mengundang masyarakat untuk mengunjungi pesantren, semisal kita ada acara khususnya peringatan hari besar islam kita undang semua masyarakat yang ada di

	lingkungan pesantren, bahkan memberikan layanan konsultasi online. Ini merupakan tindakan nyata yang menunjukkan bahwa kami serius dalam memperkenalkan dan membangun hubungan dengan masyarakat melalui <i>YouTube</i> .
Peneliti	Bagaimana pendapat Bapak mengenai pentingnya menghargai dan menghormati dalam komunikasi, terutama dalam konteks pembentukan citra pondok pesantren, apakah informasi yang disampaikan melalui <i>YouTube</i> mengedepankan prinsip respect ?
Narasumber	Menurut saya, prinsip <u>Respect</u> sangatlah penting dalam membangun citra pondok pesantren melalui platform <i>YouTube</i> . Ketika kita berkomunikasi dengan masyarakat melalui video atau konten <i>YouTube</i> , kita harus bisa menunjukkan penghargaan dan hormat kepada audiens kita. Ini berarti tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai dan norma-norma yang dihormati oleh masyarakat. Semisal dalam menyampaikan informasi berupa konten tetap mengedepankan sopan santun, begitu juga dalam membalas komentar yang ada kita tetap santai dan tidak arogan.
Peneliti	Bagaimana dengan prinsip <u>Empathy</u> , Bapak? Bagaimana Bapak melihat pentingnya memahami dan mengerti kebutuhan serta perilaku masyarakat dalam membangun citra pondok pesantren melalui <i>YouTube</i> ?
Narasumber	<u>Empathy</u> sangatlah penting dalam konteks ini. Kita perlu memahami kebutuhan, keinginan, dan perilaku masyarakat yang menjadi target audiens kita. Dengan memahami perspektif mereka, kita dapat menciptakan konten yang relevan dan dapat meningkatkan keterlibatan mereka dengan pondok pesantren melalui platform <i>YouTube</i> . seperti halnya dibulan ramadhan kita menyajikan konten pengajian kitab kuning secara live, sehingga teman teman alumni dapat mengikuti ngaji kitab dari rumah, begitu juga apabila ada yang tidak ikut (berhalangan hadir) masih bisa melihat record ngaji ngaji sebelumnya di <i>YouTube</i> .

LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA

Kode : 02/w/19-3/2024
 Nama Informan : Hariyanto, S.H
 Keterangan : Koordinator Media (Pimpinan Redaksi)
 Hari dan Tanggal : Selasa, 19 Maret 2024
 Tempat wawancara : Pon Pes Keterampilan Al Ikhlas

Materi Wawancara	
Peneliti	Bagaimana pendapat bapak terkait dengan penggunaan sosial media <i>YouTube</i> dalam membentuk citra pondok pesantren ?
Narasumber	Menurut saya ini menjadi trobosan baru yang mau tidak mau harus kita ikuti, dengan perkembangan teknologi dan aplikasi yang sangat cepat, lembaga pesantren akan ketinggalan perkembangan apabila tidak aktif di media sosial, di periode ini hampir seluruh pesantren di anjurkan untuk aktif di media sosial yang mana bisa menjadi bagian dalam mempromosikan pesantren di dunia luar. Khususnya di area jawa timur media pondok sudah memiliki wadah khusus sehingga bisa saling sharing antar tim media pesantren.
Peneliti	Bagaimana menurut bapak, apakah pengguna <i>YouTube</i> menerima pesan yang disampaikan oleh pondok pesantren?
Narasumber	Sebagian besar masyarakat yang aktif di <i>YouTube</i> dapat menerima pesan yang disampaikan oleh pondok pesantren. Hal ini kita lihat melalui komnetar yang diterima, kami jarang menerima komentar yang mungkin menanyakan tentang kejelasan konten. Begitu juga ketika live streaming kami menyiapkan semuanya dari alat dll secara matang sehingga konten terpublikasikan secara matang.
Peneliti	Mengenai kesenangan dalam berkomunikasi, apakah menurut bapak <i>YouTube</i> memberikan pengalaman yang menyenangkan dalam membangun citra pondok pesantren?
Narasumber	Ya, tentu saja. <i>YouTube</i> memberikan pengalaman yang menyenangkan karena memberikan akses mudah untuk melihat konten-konten menarik yang disajikan oleh pondok

	pesantren. Dengan tampilan visual dan audio yang menarik, pengguna merasa terhibur dan tertarik untuk terus mengikuti konten tersebut.
Peneliti	Menurut bapak, apakah <i>YouTube</i> telah membantu dalam menciptakan hubungan sosial yang baik antara pondok pesantren dan masyarakat?
Narasumber	Secara tidak langsung, tentu <i>YouTube</i> membuka ruang komunikasi antara pondok pesantren dan masyarakat secara luas. Masyarakat dapat mengomentari dan berinteraksi langsung dengan konten yang disajikan, sehingga menciptakan hubungan sosial yang lebih baik antara keduanya.
Peneliti	Dalam prinsip efektivitas komunikasi terdapat prinsip Audible, yaitu pesan yang jelas dan dapat dimengerti oleh audiens. Bagaimana Bapak memastikan pesan yang disampaikan melalui <i>YouTube</i> dapat dipahami dengan baik oleh audiens?
Narasumber	Kami selalu berusaha untuk menyampaikan pesan secara jelas dan mudah dimengerti melalui konten-konten yang kami buat di <i>YouTube</i> . Kami memperhatikan bahasa yang digunakan, penyajian informasi, dan visualisasi agar dapat mempermudah audiens dalam memahami pesan yang ingin kami sampaikan. Dan tentunya sebelum proses upload kita cek ulang konten-konten tersebut untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat di pahami oleh publik.
Peneliti	Terakhir, prinsip Care dan Humble. Bagaimana Bapak melihat pentingnya sikap perhatian dan rendah hati dalam membangun citra pondok pesantren melalui <i>YouTube</i> ?
Narasumber	Sikap perhatian dan rendah hati sangatlah penting. Kami selalu berusaha untuk memberikan perhatian kepada umpan balik yang kami terima dari audiens melalui <i>YouTube</i> . Kami merespon pertanyaan, masukan, dan kritik dengan baik, dan kami selalu bersikap rendah hati dalam menerima apresiasi maupun kritik yang diberikan kepada kami.

LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA

Kode : 03/w/21-3/2024
 Nama Informan : Karima Millati, M.Pd.
 Keterangan : Guru / Panitia Pesantren kilat SMPN 1 Babadan
 Hari dan Tanggal : Kamis, 21 Maret 2024
 Tempat wawancara : Asrama Pon Pes Keterampilan Al Ikhlas

Materi Wawancara	
Peneliti	Bisa Anda ceritakan bagaimana kerja sama antara lembaga Anda dengan pondok pesantren terkait, mengapa memilih lembaga ini?
Narasumber	kami bekerja sama dengan lembaga ini dalam rangka menjalankan program sekolah yakni pesantren kilat, yang mana program ini kurang maksimal apabila di laksanakan di lingkungan sekolah, selain tenaga pendidik yang kurang khususnya pendidik agama, juga fasilitas yang kurang memadai apabila diadakan kegiatan menginap di sekolah. Kami memilih pondok pesantren al Ikhlas karena kami menganggap bahwa pondok ini sudah sangat layak untuk menjalankan program ini, pemateri yang mumpuni di bidang agama, fasilitas yang lengkap dan juga kami melihat banyak sekolah yang mengadakan pesantren kilat disini.
Peneliti	Sebelum bekerja sama dengan pondok al Ikhlas apakah pernah bekerja sama dengan pondok lain dalam menjalankan program pesantren kilat, dan dapat info dari mana kalau pondok al Ikhlas juga menerima pesantren kilat, dari sosial media atau mungkin dari mana ?
Narasumber	Jadi dulu itu pernah mengadakan kegiatan mirip seperti ini akan tetapi tidak menginap di sekolah, kita mendatangkan pemateri dari ustadz pondok pesantren dan kegiatan dilaksanakan di sekolah siang hari saja tanpa menginap. Kita dapat info pondok ini Sebagian dari sosial media, di <i>YouTube</i> kita sering menemui kegiatan pesantren kilat smk PGRI 2 ponorogo namun info masih kurang maksimal jadi kita survei langsung kepondok, selain itu kita juga tanya kepada

	beberapa lembaga yang sudah melaksanakan pesantren kilat disini.
Peneliti	Bagaimana menurut Anda apakah pesan - pesan yang disampaikan oleh lembaga pondok pesantren kepada anda diterima dengan baik?
Narasumber	Menurut pengalaman kami, pesan-pesan yang kami terima sangat baik dan jelas dan pihak pondok juga sangat terbuka dan membuka pintu yang luas untuk menyampikan masukan. Begitu juga sebaliknya kami selalu berusaha untuk menyampaikan informasi dengan jelas dan memberikan dukungan yang dibutuhkan agar pesan / komunikasi tersebut dapat dipahami dan diimplementasikan dengan baik oleh pondok pesantren.
Peneliti	Apakah Anda merasa bahwa kegiatan kerja sama ini memberikan kesenangan bagi kedua belah pihak?
Narasumber	Ya, tentu saja. Kegiatan kerja sama ini memberikan kesenangan karena kami merasa terbantu dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan dengan menjalankan program pesantren kilat di pondok pesantren. Di sisi lain, pondok pesantren juga merasa senang karena mendapatkan dukungan dan bantuan yang dapat membantu mereka mencapai tujuan mereka.
Peneliti	Bagaimana Anda memastikan bahwa dalam kerja sama dengan Pondok Pesantren, setiap komunikasi dan interaksi dilakukan dengan penuh penghargaan dan hormat kepada pihak pondok pesantren?
Narasumber	Kami sangat mengutamakan nilai-nilai penghargaan dan hormat dalam setiap komunikasi dengan Pondok Pesantren. Sejak awal, kami menjalin hubungan yang didasarkan pada saling pengertian dan menghargai perbedaan. Setiap kali berinteraksi, kami berusaha untuk mendengarkan dengan seksama dan menghormati pandangan serta kebijakan yang telah ditetapkan oleh pondok pesantren. Kami juga senantiasa mengkomunikasikan tujuan dan niat kerja sama kami dengan jelas, agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau merugikan pihak pondok pesantren.
Peneliti	Bagaimana Anda memastikan bahwa dalam kerja sama dengan Pondok Pesantren, Anda dapat memahami dan mengerti kebutuhan serta harapan mereka, disisi lain juga dapat memperkuat kerja sama dengan pihak pesantren?

Narasumber	<p>Kami percaya bahwa empati adalah kunci utama dalam menjalin kerja sama yang berkelanjutan dengan Pondok Pesantren. Sebelum mengambil langkah apa pun, kami berusaha untuk memahami dengan baik konteks, kebutuhan, dan harapan dari pondok pesantren tersebut. Kami melakukan komunikasi dua arah yang terbuka dan mendengarkan dengan seksama setiap umpan balik dan masukan dari pihak pondok pesantren. Hal ini memungkinkan kami untuk menyesuaikan strategi kerja sama kami sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka, sehingga dapat memperkuat hubungan kami dengan pihak pesantren.</p>
------------	---



LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA

Kode : 04/w/25-3/2024
Nama Informan : Aha Khoirul Umam, M.Pd.
Keterangan : Guru / Panitia Pesantren kilat SMPN 2 Ponorogo
Hari dan Tanggal : Senin, 25 Maret 2024
Tempat wawancara : Masjid Pon Pes Keterampilan Al Ikhlas

Materi Wawancara	
Peneliti	Bisa di ceritakan bapak, kenapa memilih pondok ini untuk melakukan kerja sama dan sebelumnya mendapat informasi dari mana, media sosial atau mungkin website ?
Narasumber	Jadi begini mas, sebelumnya kami sudah mencoba kerja sama dengan beberapa pesantren namun kurang begitu maksimal karena pesantren tersebut juga memiliki banyak santri, kami memilih disini karena pertama santri pondok ini tidak banyak jadi masih bisa kondusif apabila kita datangkan siswa kami kesini selain itu pemateri disini lumayan banyak dan mumpuni di bidangnya. informasi awal kita malah dari temen guru juga yang ternyata suaminya mengajar di smk pgri 2 dan kita tahu kalo smk pgri 2 menjadi langganan pesantren kilat disini, kalau soal informasi dari media kita juga mencari tapi ya sedikit.
Peneliti	Bagaimana menurut bapak, apakah kerja sama ini telah memengaruhi sikap masyarakat terhadap lembaga bapak?
Narasumber	Tentu, dengan adanya kerja sama ini sedikit banyak padangan masyarakat berbeda, karena masih belum banyak lembaga smp di ponorogo yang melakukan pesantren kilat seperti yang kita lakukan ini. Kami juga berharap bahwa kerja sama ini dapat memberikan dampak positif terhadap sikap masyarakat terhadap pondok pesantren. Dengan menunjukkan dukungan dan kontribusi positif kami, kami berharap dapat mengubah pendapat dan sikap masyarakat menjadi lebih baik terhadap pondok pesantren.
Peneliti	Apakah menurut bapak, kerja sama ini telah menciptakan hubungan sosial yang baik antara lembaga bapak dan pondok pesantren?
Narasumber	Ya tentu saja menciptakan hubungan sosial yang baik. Melalui interaksi ini, siswa-siswa kami dapat memahami

	lebih baik nilai-nilai dan kegiatan di pesantren, sementara santri-santri pesantren juga dapat berbagi pengalaman. Kerja sama semacam ini membantu meningkatkan toleransi dan penghargaan terhadap perbedaan antarbudaya dan antaragama di kalangan siswa, menghasilkan manfaat sosial yang signifikan bagi kedua lembaga.
Peneliti	apakah menurut bapak telah ada tindakan konkret yang diambil sebagai hasil dari kerja sama ini?
Narasumber	Kalo bicara tindakan ya tentu ada hasil dari kerja sama ini, seperti halnya penerapan ngaji bareng di sekolah, ada juga pembacaan asmaul husna sebelum belajar, itu semua manjadi salah satu hasil yang mana pelajaran pesantren yang akhirnya kita aplikasikan disekolah. Dan kita juga sering menjumpai banyak alumni sekolah kami setelah lulus, meneruskan untuk sekolah di pesantren saya kira itu juga efek dari kegiatan pesantren kilat ini.
Peneliti	Apakah informasi dari pihak pondok pesantren disampaikan dengan baik, khususnya informasi yang diberikan melalui kanal <i>YouTube</i> ?
Narasumber	Sudah lumayan baik, kami sering melihat konten yang ada di <i>YouTube</i> al Ikhlas ini, informasi yang di sampaikan juga sudah cukup jelas, sekilas untuk konten sudah ada semua mulai dari ngaji, dakwah dan juga kegiatan pesantren kilat ada, namun di sisi perkembangan seperti halnya editing dan beberapa di kualitas gambar masih perlu di kaji ulang.
Peneliti	Dapatkah bapak memberikan contoh tentang bagaimana bapak merespon kebutuhan atau keinginan Pondok Pesantren dengan seksama dan perhatian?
Narasumber	Tentu kita respon akan hal itu, mengingat kami sudah diterima dengan baik dalam menjalankan program ini. Sebagai contoh, ketika Pondok Pesantren menyampaikan kebutuhan akan materi pendidikan agama yang umum di berikan disekolah, kami merespons dengan memberikan penjelasan dan juga tentunya buku materi yang ada, selain itu juga kami terbuka untuk diskusi mengenai materi materi yang mungkin masih belum jelas. Selain itu, kami juga berupaya untuk membantu mempromosikan kegiatan dan acara yang diadakan oleh pondok pesantren, baik melalui platform online maupun offline.

Peneliti	Bagaimana Anda merespon kritik atau masukan dari Pondok Pesantren dengan sikap rendah hati dan terbuka untuk perbaikan?
Narasumber	Kami menganggap kritik dan masukan dari Pondok Pesantren sebagai peluang untuk berkembang dan memperbaiki diri. Kami selalu menerima kritik dengan sikap terbuka dan rendah hati, tanpa merasa tersinggung atau membela diri. Setiap kritik kami anggap sebagai dorongan untuk meningkatkan kualitas kerja sama kami dan lebih memenuhi ekspektasi dari pihak pondok pesantren.



LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA

Kode : 05/w/28-3/2024
 Nama Informan : Yani Subadyo, S.Pd.
 Keterangan : Waka Kurikulum / Ketua Panitia Pesantren kilat
 SMPN 1 Geger
 Hari dan Tanggal : Kamis, 28 Maret 2024
 Tempat wawancara : Asrama Pon Pes Keterampilan Al Ikhlas

Materi Wawancara	
Peneliti	Mungkin bisa di ceritakan bapak, kenapa memilih pondok pesantren keterampilan Al Ikhlas sebagai tempat untuk menjalankan program pesantren Ramadhan ini ?
Narasumber	Yang menjadi alasan utama ialah tenaga pendidik bidang agama kami kurang, selain itu kami ingin mengenalkan dunia pesantren kepada anak anak umum, dan dari sekian banyak pesantren yang mungkin sesuai dengan kriteria kami ya lembaga ini, dilihat dari akses nya di pinggir jalan, tempat parkir luas, dan juga dari segi kegiatan kami melihat pondok ini lebih fleksibel dan saya yakin siswa kami, siswa umum tidak kaget apabila dikenalkan dengan duni pesantren.
Peneliti	Sudah berapa tahun melakukan Kerja sama dengan pondok pesantren Al Ikhlas dan awalnya mendapatkan info dari mana, dari sosial media atau dari website atau mungkin lainnya bapak ?
Narasumber	Sudah lebih dari tiga tahun kami bekerja sama dengan pesantren ini, untuk tahun awal kami mengetahui informasi ini dari website, ya kebetulan muncul berita yang mana pesantren ini membuka ruang untuk pesantren kilat, setelah website kami mencoba melihat video yang ada di <i>YouTube</i> namun juga belum se update sekarang jadi masih belum maksimal info yang kami terima, akhirnya kami mencoba datang langsung. Sempat kami juga membandingkan dengan beberapa lembaga pesantren namun pilihan kami yang cocok ya lembaga al Ikhlas ini.
Peneliti	Apakah menurut bapak, kerja sama ini telah menciptakan hubungan sosial yang baik antara lembaga bapak dan pondok pesantren?

Narasumber	Tentu Kerja sama ini menciptakan hubungan sosial yang baik, saya pribadi juga berterimakasih karena dengan adanya kerja sama ini program kerja yang kami rancang dapat berjalan dengan lancar. Dan saya kira pihak pondok juga merasakan hal yang sama karena secara tidak langsung pondok ini terpublikasikan kepada masyarakat luas dengan adanya Kerja sama yang kami lakukan.
Peneliti	Apakah informasi dari pihak pondok pesantren disampaikan dengan baik, khususnya informasi yang diberikan melalui kanal <i>YouTube</i> ?
Narasumber	Sekilas kami melihat kanal <i>YouTube</i> pondok ini sudah cukup update, informasi yang disampaikan juga cukup bisa diterima mulai dari kegiatan pesantren kilat juga terdokumentasikan begitu juga kegiatan keseharian juga ada, dan tidak jarang kita jumpai live streaming, baik itu pengajian, ataupun kegiatan hiburan semisal pentas seni dll.



BIOGRAFI SINGKAT PENULIS

Muhammad Chozinatul Asror, lahir di Kabupaten Pacitan pada tanggal 05 April 2000. Saya merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Imam Busro (Alm) dan Ibu Sri Wahyuni. Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh dimulai dari pendidikan Madrasah Ibtidaiyah Kasihan 01 lulus pada tahun 2013, dilanjutkan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Babadan Ponorogo (SMPN 2 Babadan) diselesaikan pada tahun 2016, kemudian melanjutkan sekolah di SMK PGRI 2 Ponorogo selesai pada tahun 2019.

Tahun 2020 penulis memutuskan untuk melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo dengan mengambil Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.

