

SKRIPSI

**DIFUSI INOVASI DAKWAH DIGITAL PADA PESANTREN DI TANA
TORAJA**



OLEH:

**MUH. ALI IMRAN
NIM: 16.3100.100**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024 M/ 1445 H

SKRIPSI

**DIFUSI INOVASI DAKWAH DIGITAL PADA PESANTREN DI TANA
TORAJA**



OLEH:

**MUH. ALI IMRAN
NIM: 16.3100.100**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan
Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023 M/ 1444 H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Difusi Inovasi Dakwah Digital pada Pesantren di Tana Toraja
Nama Mahasiswa : Muh. Ali Imran
NIM : 16.3100.100
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah No.B-316 /In.39.7/02/2020

Disetujui oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I (.....)

NIP : 198301162009121005

Pembimbing Pendamping : Nurhakki, S.Sos., M.Si

NIP : 197706162009122001

Mengetahui:

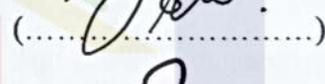


Dr. A. Nurhidam, M.Hum
NIP 196412311992031045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Difusi Inovasi Dakwah Digital pada Pesantren di Tana Toraja
Nama Mahasiswa : Muh. Ali Imran
NIM : 16.3100.100
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah No.B-316 /In.39.7/02/2020
Tanggal Kelulusan : 14 Februari 2023

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I	(Ketua)	
Nurhakki, S.Sos., M.Si	(Sekertaris)	
Prof. Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.	(Anggota)	
Dr. Ramli, S.Ag, M.Sos.I	(Anggota)	

Mengetahui:



Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
M. Humam, M. Hum
NIP. 19641231 199203 1 045

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ،

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Sholawat dan salam juga penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan umat muslim sepanjang zaman.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Hasnawati dan Ayahanda Ibrahim tercinta dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik di waktu yang tepat.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I dan ibu Nurhakki, S.Sos., M.Si., selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare
2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Bapak Dr Iskandar, S.Ag. M.Sos.I selaku Wakil Dekan I Bidang AKKK, serta Ibu Dr. Nurhikmah, M.Sos.I selaku Wakil Dekan Bidang AUPK.
3. Ibu Nurhakki, S.sos., M.si selaku ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare, serta telah mengembangkan prodi tercinta ini.

4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang selama ini telah mendidik penulis sehingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
5. Jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah yang telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai keberbagai pengurusan untuk berkas penyelesaian studi.
6. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua dan saudara-saudara penulis yang tak henti-hentinya memberikan dukungan dan doa untuk penulis.
8. Rekan seperjuangan pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2016, serta rekan-rekan senior dan junior yang selalu memberikan motivasi dan perhatian kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman tongkrongan kedai kopi serumpun yang selalu memberi motivasi dan semangat dan selalu berusaha memberi solusi ketika menemukan kendala dalam penyusunan skripsi.
10. Terakhir, untuk diri sendiri yang telah melawan rasa malas dan tetap bertahan hingga titik ini. Terima kasih telah berdamai dengan diri sendiri dan melewati proses panjang yang menguras tenaga dan pikiran.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya. Akhirnya

penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 15 Mei 2024

6 Dzulkaidah 1445 H

Penulis



MUH. ALI IMRAN

NIM. 16.3100.100



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Muh. Ali Imran

Nim : 16.3100.100

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Judul Skripsi : Difusi Inovasi Dakwah Digital pada Pesantren di Tana Toraja

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 6 Februari 202

Penyusun



MUH. ALI IMRAN

NIM: 16.3100.100

PAREPARE

ABSTRAK

Muh. Ali Imran, Difusi Inovasi Dakwah Digital pada Pesantren di Tana Toraja (Dibimbing oleh Muhammad Qadaruddin dan Nurhakki).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses difusi inovasi dalam penyebaran dakwah islam oleh pesantren di Tana Toraja serta mengetahui dan mendeskripsikan kategori adopter pada pesantren di Tana Toraja. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori New Media dan teori Difusi Inovasi untuk mendeskripsikan proses difusi inovasi dalam penyebaran dakwah dan kategori adopter pada pesantren di Tana Toraja.

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, serta sumber data yang diperoleh berdasarkan wawancara langsung ke lokasi penelitian, yakni Tana Toraja. Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan dengan teknik observasi dan studi kepustakaan terkait dengan penelitian ini.

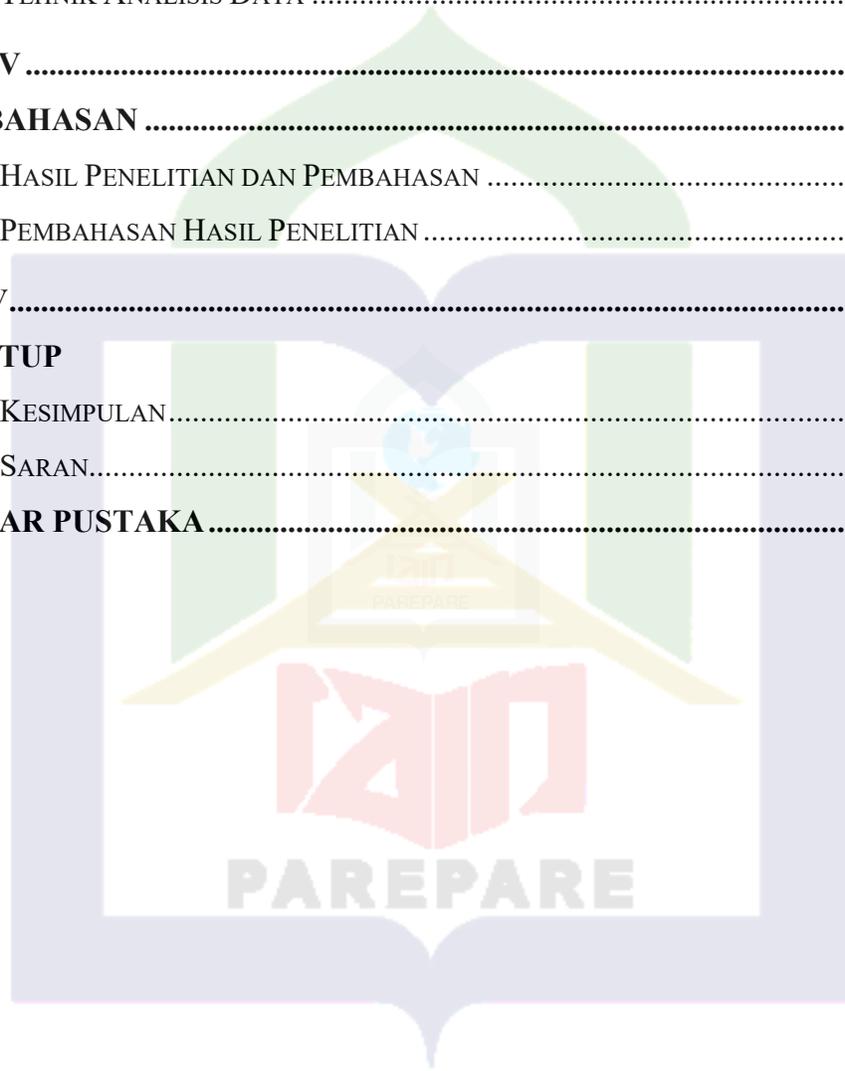
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pesantren memanfaatkan media digital sebagai media dakwah yang merupakan inovasi yang coba didifusikan pada pesantren di Tana Toraja, yang dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Pondok Pesantren Al Hidayah memulai mengadopsi inovasi dengan tahapan membangun pengetahuan, meningkatkan persuasi, melakukan keputusan dan konfirmasi; 2) Dalam proses mengadopsi inovasi penggunaan media digital, ada beberapa kesulitan yang dialami, yaitu kurangnya pengetahuan tentang proses produksi konten digital, sulitnya akses jaringan internet di lingkungan pesantren, serta minimnya peralatan yang mendukung proses produksi konten digital. Namun, kesulitan yang ada dapat teratasi dengan bantuan dari Kemenag Provinsi Sulawesi Selatan dengan memberikan bantuan penguatan digital kepada pesantren, dengan harapan pondok pesantren Al Hidayah dapat berkembang dan menjadi contoh bagi pesantren dalam hal mengadopsi inovasi penggunaan media digital ini.

Kata Kunci : Inovasi, Dakwah, Digital

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	I
HALAMAN JUDUL	II
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	III
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	IV
KATA PENGANTAR	V
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	VII
ABSTRAK	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR TABEL	XII
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	6
C. TUJUAN PENELITIAN	6
D. KEGUNAAN PENELITIAN	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. TINJAUAN PENELITIAN RELEVAN.....	8
B. TINJAUAN TEORI.....	10
C. KERANGKA KONSEPTUAL	22
D. KERANGKA PIKIR	27
BAB III	28
METODE PENELITIAN	28
A. PENDEKATAN & JENIS PENELITIAN	28
B. LOKASI & WAKTU PENELITIAN.....	29

C. FOKUS PENELITIAN	30
D. JENIS DAN SUMBER DATA	30
E. TEHNIK PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	31
F. UJI KEABSAHAN DATA	33
G. TEHNIK ANALISIS DATA	33
BAB IV.....	36
PEMBAHASAN	36
A. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
B. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	55
BAB V.....	58
PENUTUP	
A. KESIMPULAN.....	58
B. SARAN.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	I



DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
1	Aktifitas dan Durasi penggunaan Media berkoneksi Jaringan Internet	2
2	Proses Difusi Inovasi	18
3	Kerangka Pikir	27
4	Konten Dakwah Channel Al Hidayah	44
5	Umpan Balik Khalayak	47
6	Khalayak Pesan Dakwah Digital yang mudah tersebar	48
7	Salah Satu Berita di Situs Website Al Hidayah	49
8	Proses Adaptasi inovasi dakwah digital Pesantren Di Tana Toraja	56

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Halaman
1	Informan Peneliti	31
2	Daftar pesan dakwah digital dan jumlah atensi <i>mad'u</i>	45

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi Saat ini sudah menjadi kebutuhan yang penting bagi masyarakat dimana kegiatan mengirim dan menerima pesan lebih mudah dan efisien menggunakan teknologi informasi, hal ini bisa dilihat di lingkungan masyarakat yang banyak memperoleh beragam informasi karena dukungan teknologi baik melalui cetak, elektronik, dan media daring.

Media berbasis internet adalah salah satu sumber informasi yang paling banyak digunakan di seluruh kalangan masyarakat, baik anak-anak, remaja, hingga dewasa, hal ini dibuktikan dari hasil penelusuran penulis tentang penggunaan internet di Indonesia. Hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pengguna jasa internet di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 196,71 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 266,91 juta jiwa atau jika dalam hitungan persentase sebanyak 73,7%. Angka ini meningkat signifikan jika dibandingkan dengan data 2018 yaitu sebanyak 171,17 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia saat itu sebanyak 264,16 juta jiwa atau jika dihitung dalam persentase mencapai 64,8% yang artinya mengalami peningkatan sebanyak 25,51 juta jiwa atau jika dalam persentase peningkatannya mencapai 8,9%.¹

Survey serupa oleh Hotsuite terkait pengguna media berjejaring internet masyarakat Indonesia berdasarkan survey tahun 2022 bahwa waktu rata-rata setiap hari dalam penggunaan internet 8 jam, 36 menit. Beberapa akses informasi yang diakses selama penggunaan internet yakni rata-rata waktu 2 jam, 50 menit untuk melihat televisi (broadcast, streaming dan video tentang permintaan). Menggunakan media sosial melalui perangkat apa pun: 3 jam, 17 menit, mendapatkan musik: 1 jam,

¹Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (<https://apjii.or.id/content/read/39/521/Laporan-Survei-Internet-APJII-2019-2020-Q2>)

30 menit (2021: 1 jam, 30 menit/naik 11,1%), dan waktu bermain game: 1 jam, 19 menit (2021: 1 jam, 16 menit/naik 3,9%)².



Gambar 1: Aktifitas dan Durasi waktu penggunaan Media berkoneksi Jaringan Internet

Data di atas menyajikan bahwa masyarakat Indonesia memiliki kebutuhan yang tinggi dalam penggunaan internet untuk berbagai aktifitas, baik untuk mendapatkan informasi maupun untuk mendapatkan hiburan. Mengingat perkembangan teknologi informasi semakin meningkat seiring dengan berjalannya waktu, sehingga banyak dari masyarakat yang menjadikan media daring sebagai medium jual beli online, promosi produk barang dan jasa, media penyebaran dan memperoleh informasi, sarana hiburan, dan sebagai media dalam berdakwah.

Berbagai macam bentuk dan cara dalam menyebarkan ajaran Islam sehingga dalam menyampaikan dan menyebarkan ajaran Islam perlu disesuaikan dengan kemampuan setiap individu. Setiap individu tidak harus berdakwah seperti layaknya seorang *da'i* dalam menyampaikan ajaran Islam, karena dakwah dapat dilakukan

²Hootsuite, Indonesian Digital Report 2022, (<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>)

dimana saja dan oleh siapa saja yang terpenting adalah semua dilakukan dengan tujuan utama yaitu *amar ma'ruf nahi munkar*.

Dakwah bisa menjadi ladang pahala bagi kaum muslim yang senantiasa mengajak pada kebaikan sebagaimana sabda Rasulullah SAW;

مَنْ دَعَا إِلَى هُدًى، كَانَ لَهُ مِنَ الْأَجْرِ مِثْلُ أُجُورِ مَنْ تَبِعَهُ، لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ أُجُورِهِمْ شَيْئًا. وَمَنْ دَعَا إِلَى ضَلَالَةٍ، كَانَ عَلَيْهِ مِنَ الْإِثْمِ مِثْلُ آثَامِ مَنْ تَبِعَهُ، لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ آثَامِهِمْ شَيْئًا.

Artinya:

Barangsiapa yang mengajak kepada suatu petunjuk, maka dia memperoleh pahala seperti pahala orang yang mengikutinya, tanpa mengurangi sedikit pun dari pahala-pahala mereka. Dan barangsiapa yang mengajak kepada kesesatan maka dia memperoleh dosa semisal dosa orang yang mengikutinya tanpa mengurangi sedikit pun dari dosa-dosa mereka.' [Shahih Muslim al-ilmu :2674]³

Hadits ini menerangkan bahwa siapapun yang mengajak kepada kebaikan lantas orang yang diajak itu melaksanakan kebaikan, maka bagi orang yang mengajak mendapat pahala tanpa mengurangi pahala orang yang diajak. Begitupun sebaliknya, dosa bagi mereka yang mengajak pada kemunkaran tanpa mengurangi dosa orang yang diajak.

Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini metode dakwah akan selalu mengikuti perkembangan zaman dan pergeseran budaya yang terjadi. Fenomena ini dibuktikan dengan maraknya tayangan-tayangan dakwah melalui berbagai media seperti youtube, instagram, serta ada pula konten dakwah yang berbasis web. Terlebih lagi, tayangan-tayangan tersebut mudah untuk diakses dimana saja dan kapan saja. Hanya dengan usapan jempol, masyarakat dapat mengakses konten-konten yang telah disediakan.

Maraknya pemanfaatan teknologi informasi berbasis media digital untuk berbagai kegiatan seperti penyebaran dakwah islam, penyebaran informasi, serta hiburan. Pemanfaatan media digital pada aktivitas dakwah perlu diberi perhatian

³Ahmad Arip, Keutamaan Mengerjakan dan Menyeru Manusia pada Kebaikan.
<http://www.alirsyad.sch.id/read/156/www.alirsyad.sch.id> (25 Oktober 2018)

khusus, dimana perkembangan media saat ini yang umumnya digunakan generasi milenial untuk tujuan hiburan. Sehingga, penelitian ini akan mengkaji sejauh mana kalangan pesantren dalam menerima inovasi penyebaran dakwah melalui sistem digital pada pesantren di Tana Toraja. Ada beberapa permasalahan kelompok masyarakat dalam menerima inovasi, antara lain: (1) Skeptisisme yakni bagaimana kelompok masyarakat tidak yakin dengan hal yang baru, sebab dianggap sebagai sesuatu yang sulit untuk dimulai dan dikembangkan secara berkelanjutan sekaligus meragukan kemampuan. (2) Ketidakmampuan mengubah kebiasaan yang telah berpola dalam rutinitas kehidupan dan telah membentuk kebiasaan sehingga sulit melakukan perilaku transformatif sehingga membuat kelompok masyarakat tertentu enggan untuk menerima inovasi baru. (3) Keterbatasan akses dimana kelompok masyarakat yang tidak memiliki akses atau sumber daya yang cukup sulit untuk menerima inovasi baru. (4) Kurangnya literasi dimana kemampuan kelompok masyarakat dalam mengerti dan menggunakan teknologi masih rendah, membuat mereka kurang tertarik untuk menerima inovasi.

Demikian pula halnya dengan upaya inovasi dakwah digital dikalangan pesantren diperhadapkan pada beberapa faktor penghambat dalam menerima inovasi dakwah digital. Pertama, masih kurangnya literasi digital sehingga keterampilan dan kemampuan pesantren dalam menggunakan teknologi digital masih rendah membuat mereka enggan untuk menerima inovasi dakwah digital. Padahal berdasarkan penelitian oleh Faiz In'amurrohman (2019) bahwa literasi digital dalam kalangan pesantren dapat mengakuisisi kearifan pengetahuan kiai dan santri yang selanjutnya dipublikasikan secara berkala melalui media sosial guna meneguhkan spiritual dan meluruskan ideologi yang keliru di masyarakat⁴. Namun untuk dapat melakukan literasi digital dalam pesantren harus didukung oleh kemampuan literasi dipetakan ke dalam tiga tingkat yaitu dasar, menengah, dan mahir berdasarkan dimensi kemampuan

⁴Faiz In'aurohman, Kesyubhatan TIK: Sisi Gelap dan Terang Penggunaan TIK Pada Literasi Digital Pondok Pesantren, *Medika Teknika: Jurnal Teknik Elektromedik Indonesia*, Vol. 01 No. 1, 2019

teknis, pemahaman kritis, dan kemampuan komunikatif yang dipetakan ke dalam tiga aspek yaitu dakwah, pendidikan, dan kehidupan sosial kemasyarakatan.

Kedua, skeptisisme terhadap teknologi dimana kalangan pesantren terkadang memiliki pandangan bahwa teknologi digital tidak sesuai dengan nilai-nilai dakwah tradisional, dan dapat menghambat tradisi dakwah yang telah berpola dan diimplementasikan secara turun temurun. Terkadang terdapat sikap menerima dan menolak terhadap inovasi adaptasi digital dalam pesantren.

Ketiga, fasilitas atau infrastruktur TIK dan sumber daya yang memiliki kemampuan TIK pada pesantren seringkali tidak memadai untuk dapat mengadopsi inovasi dakwah digital. Keempat, kurangnya dukungan pemerintah dimana pemerintah seringkali tidak memberikan dukungan yang memadai bagi pesantren dalam mengadopsi inovasi dakwah digital. Meskipun pemerintah dalam hal ini telah menyadari pentingnya adaptasi digital sebagai inovasi dalam Pendidikan pesantren dan madrasah dengan mencangkakan digitalisasi madrasah sejak tahun 2019, namun dalam implemetasinya berbagai faktor masih menjadi permasalahan sulitnya hal tersebut diimplementasikan baik pada kendala infrastruktur maupun SDM. Support infrastruktur telah diberikan secara bertahap termasuk pesantren Al Hidayah Tana Toraja telah mendapatkan bantuan sarana TIK yakni bantuan penguatan digital tahun 2021, dan bantuan BKBA tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa secara bertahap pemerintah telah melakukan dukungan secara bertahap.

Difusi inovasi yang ingin dikaji terkait ide, praktik, atau objek digital yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi dalam hal ini pesantren di Tana Toraja. Pada umumnya suatu ide atau praktek dapat dianggap inovasi oleh Sebagian orang meskipun bagi yang lainnya tidak lagi.

Inovasi juga memerlukan sebuah metode saluran komunikasi *Communication Channel* (Komunikasi melalui saluran tertentu) dimana pesan itu didapatkan dari satu

individu ke individu lainnya. Inovasi penerapan digital melalui saluran komunikasi tatap muka dalam bentuk pelatihan untuk memberikan wawasan, motivasi, dan skill pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi pada kegiatan dakwah. Inovasi juga terkait dengan jangka waktu yang dibutuhkan dalam proses difusi

Mengatasi permasalahan tersebut diperlukan edukasi dan telah dilakukan upaya peningkatan literasi digital bagi pesantren sebagai upaya difusi inovasi. Pesantren Al Hidayah Tana Toraja telah menerima dukungan sarana dari kementerian agama dan juga pendampingan peningkatan skill dakwah digital. Inovasi melalui literasi dakwah digital sebagai upaya dalam mengatasi permasalahan untuk peningkatan pemahaman dan kompetensi terhadap pemanfaatan media digital dalam melakukan pengembangan dakwah Islam sekaligus mengkaji tingkat bagaimana pesantren dalam menerima inovasi tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka dapat dikemukakan pokok masalahnya, yaitu:

1. Bagaimana proses adopsi inovasi dalam penyebaran dakwah Islam pada pesantren di Tana Toraja?
2. Bagaimana kategori adopter pada pesantren di Tana Toraja?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang ada, maka tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses difusi inovasi dalam penyebaran dakwah Islam oleh pesantren di Tana Toraja.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan kategori adopter pada pesantren di Tana Toraja.

D. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini penulis berharap kiranya dapat berguna dan bermanfaat bagi diri sendiri, maupun bagi pembaca, atau pihak lain yang berkepentingan. Adapun kegunaan dalam Penelitian ini yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian teoritis dalam khasanah keilmuan bidang komunikasi khususnya penerapan teori komunikasi untuk tujuan perubahan sosial masyarakat dan tingkat perubahan perilaku masyarakat dalam menerima sebuah inovasi.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi kemajuan teknologi informasi dalam menyampaikan dakwah oleh Pesantren di Tana Toraja. Dapat menjadi sebuah pijakan dalam melahirkan rekomendasi terkait model penerapan pengembangan inovasi pada pesantren khususnya membangun sistem digitalisasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Pada bagian ini peneliti menyajikan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini. Adapun penelitian yang relevan diantaranya adalah:

Skripsi Nida Arafat mahasiswi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah yang berjudul “Difusi Inovasi Penggunaan Aplikasi Dakwah (Studi Fenomenologi pada Penggunaan Aplikasi Yaumi di Pesantren Luhur Salibussalam Ciputat)”. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana difusi inovasi terjadi di pesantren Luhur Salibussalam, dengan latar belakang adanya pergeseran media dakwah dalam perkembangan teknologi komunikasi, adanya sebuah inovasi dalam dakwah yakni dakwah melalui *flatfrom mobile*, yaitu aplikasi yaumi, yang merupakan aplikasi yang diperuntukan bagi muslim, yang di dalamnya terdapat fitur-fitur Islami untuk mendukung peningkatan ibadah seorang muslim.⁵

Adapun kesamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni pada teori yang digunakan, yaitu teori difusi inovasi. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis tentunya pada lokasi yang diteliti. Penelitian ini berlokasi di Pesantren Luhur Salibussalam Ciputat. Perbedaan yang lain terletak pada objek penelitian. Misalnya inovasi pada penelitian ini berbasis aplikasi mobile, sedangkan inovasi pada penelitian penulis yaitu berbasis web dan media surel.

Penelitian selanjutnya Jurnal Anang Walian dari UIN Raden Fatah Palembang yang berjudul “Pengembangan Media Dakwah Kontemporer Berbasis Website: Studi

⁵Nida Arafat, “Difusi Inovasi Penggunaan Aplikasi Dakwah (Studi Fenomenologi pada Penggunaan Aplikasi Yaumi di Pesantren Luhur Salibussalam Ciputat)”.(Skripsi Sarjana;Komunikasi dan Penyiaran Islam:Tangerang Selatan, 2019).

kasus pada WWW.Assajidin.com". Penelitian ini menggunakan teori Difusi Inovasi dalam disiplin Ilmu Komunikasi yang asumsi dasarnya adalah bagaimana penyebaran sebuah inovasi kepada pihak lainnya. Penelitian ini menggunakan data kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya wawancara, observasi, serta dokumentasi. Data tersebut dianalisis interaktif model Miles dan Huberman: Reduksi Data, Display Data, serta Verifikasi Kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website ini didirikan untuk melaksanakan dakwah Islamiyah dan juga upaya menghadapi pemikiran-pemikiran sekularistik.⁶

Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian di atas terletak pada objek yaitu penelitian di atas membahas tentang pengembangan media dakwah kontemporer sedangkan penelitian di atas membahas tentang difusi inovasi dakwah digital. Beberapa persamaan pada penelitian ini dengan penelitian yang akan saya teliti yakni proses inovasi yang digunakan yang berbasis web.

Penelitian terakhir adalah Jurnal Thalitha Sacharissa Rosyidiyani, Rachmat Baihaki, Ahya Hasyim yang berjudul "Eksistensi Aplikasi Keagamaan sebagai Media Informasi Umat (Studi Difusi Inovasi pada Aplikasi Masjidku) dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini membahas tentang pengembangan aplikasi Masjidku. Masjidku merupakan inisiatif pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi melalui pengembangan aplikasi dan produk lainnya sebagai media informasi bagi masjid dan umat Islam. Dari hasil penelitian ini disimpulkan terdapat empat tahapan proses difusi inovasi yang dilakukan yaitu inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu, dan sasaran sistem sosial. Temuan penelitian menyatakan bahwa sosialisasi aplikasi Masjidku ditemukan beberapa kendala. Salah satunya sosialisasi pada takmir Masjid atau Mushala berasal dari kalangan yang masih jauh dengan teknologi. Adapun perbedaannya yaitu pada penelitian ini menggunakan

⁶Anang Walian, Pengembangan Media Dakwah Kontemporer Berbasis Website: Studi kasus pada www.assajidin.com, *Jurnal Komunikasi Islam* Vol.3 No 1, 2019.

inovasi berbasis aplikasi, sedangkan yang peneliti gunakan yaitu inovasi berbasis website.

B. Tinjauan Teori

1. Teori New Media

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang saat ini semakin pesat, sudah membuat dunia terasa semakin sempit dan ruang seolah menjadi tidak berjarak lagi. Pembaruan informasi sekarang tidak lagi pada jangka minggu ataupun hari bahkan jam sudah mulai terkalahkan dengan pembaruan informasi setiap detik. Hal ini dikarenakan munculnya berbagai media baru yang sangat mudah diakses dimana saja dan kapan saja, bahkan informasi terbaru ada dalam setiap individu. Istilah ‘media baru’ (new media) sudah dipergunakan dari tahun 1960-an meliputi seperangkat teknologi komunikasi yang semakin berkembang dan majemuk. Kesan awal yang timbul ketika mendengar istilah media baru sering diartikan sebagai media yang menggunakan perangkat dasar komputer.

New Media merupakan media online yang berbasis teknologi informasi, bersifat fleksibel dan interaktif, berfungsi secara publik juga privat dengan jaringan internet. *New Media* (media online) yang diartikan sebagai produk komunikasi yang termediasi teknologi, ada beserta personal komputer digital.⁷

Pengertian media baru yang selanjutnya memberikan cakupan yang lebih luas seperti diungkapkan oleh Croteau bahwa media baru yang timbul akibat penemuan teknologi pada bidang media mencakup televisi kabel, satelites, teknologi fiber optic serta komputer.⁸ Pemanfaatan teknologi yang canggih ini, pengguna mampu secara interaktif menentukan pilihan dan menyediakan respon produk media secara beragam.

⁷Cindie Sya’bania Feroza dan Desy Misnawati, ‘Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan’, *Jurnal Inovasi Vol 14. No 1* (2020)

⁸Novi Kurnia, ‘Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi’, *Mediator Vol.6 No.2* (2005)

McQuail mengelompokkan media baru kedalam empat kategori. *Pertama*, media komunikasi interpersonal diantaranya telpon rumah, telpon seluler, surel. *Kedua*, media bermain interaktif seperti computer, video game, serta permainan daring. *Ketiga*, media pencarian informasi yakni berupa portal atau mesin pencari. *Keempat*, media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, pendapat, pengalaman dan menjalin hubungan melalui komputer atau perangkat *mobile* yang penggunaannya tidak hanya sebatas alat tetapi juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional.

McQuail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa mengemukakan bahwa ciri utama media baru yakni adanya hubungan timbal balik, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima juga pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter terbuka, dan sifatnya yang ada dimana mana.⁹ Beberapa ciri-ciri utama yang menandai perbedaan antara media baru dengan media konvensional berdasarkan perspektif pengguna, adalah:

- 1) *Interactivity*: diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap „tawaran“ dari sumber/pengirim (pesan).
- 2) *Sosial presencer (sociability)*, dialami oleh pengguna, *sense of personal contact* dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah medium.
- 3) *Media richness*: media baru dapat menjembatani adanya perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih peka, dan lebih personal.
- 4) *Autonomy*, seorang pengguna merasa dapat mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independen terhadap sumber.
- 5) *Playfulness*, digunakan untuk hiburan dan kenikmatan.
- 6) *Privacy*, diasosiasikan dengan penggunaan medium dan/atau isi yang

⁹Fitri Norhabiba dan Sukma Ari Ragil Putri, 'Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya', *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol.7, No.1 (2018)

dipilih.

- 7) *Personalization*, tingkatan dimana isi dan penggunaan media bersifat personal dan unik.¹⁰

Dengan adanya media baru, umat akan lebih mudah mengakses sumber informasi kapanpun dan dimanapun sehingga ummat tidak lagi terikat oleh ruang dan waktu untuk mendapatkan pesan atau materi dakwah. Ketika ada diantara ummat yang belum memahami tentang suatu pesan dakwah, maka umat akan dengan mudah mengajukan pertanyaan kepada da'i atau pemberi pesan dakwah yang kemudian terjadi interaksi antara da'i dan ummat.

2. Teori Difusi Inovasi

Teori Difusi inovasi ada di tahun 1903, oleh sosiolog Perancis, Gabriel Tarde yang memperkenalkan kepada publik Kurva Difusi berbentuk “S” (*S-shaped Diffusion Curve*). Kurva ini mengungkapkan bahwa suatu inovasi dilakukan oleh seseorang diperhatikan melalui dimensi waktu. dalam kurva tersebut ada dua buah sumbu yakni sumbu yang menyebutkan tingkat adopsi dan sumbu yang menyebutkan dimensi waktu. Teori difusi inovasi pada esensinya menjelaskan bagaimana sebuah gagasan dan inspirasi baru dikomunikasikan pada sebuah kultur atau kebudayaan.¹¹

Pemikiran Tarde menjadi krusial sebab secara sederhana mampu menggambarkan kecenderungan yang terkait dengan proses difusi inovasi. Rogers (1983) berkata, “*Tarde’s S-shaped diffusion curve is of current importance because “most innovations have an S-shaped rate of adoption”*”. Sejak waktu itu tingkat adopsi atau tingkat difusi menjadi fokus kajian krusial

¹⁰ Sulvinajayanti, “PUBLIC RELATIONS DAN NEW MEDIA (Proses Humas Dalam Mengelola Instagram @universitaspertamina),” *Komunida* 7, no. 2 (2017): 101–202, <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/article/view/477>.

¹¹ Julis Suriani, ‘Difusi Inovasi Dan Sistem Adopsi Program Siasy (Studi Aplikasi Siasy Pada Pelayanan Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Suska Riau)’; *Komunikasiana Vol.1, No.1* (2018)

pada penelitian-penelitian sosiologi. Pada tahun 1940, dua orang sosiolog, Bryce Ryan dan Neal Gross, mempublikasikan hasil penelitian difusi tentang jagung hibrida pada para petani pada Iowa, Amerika Serikat. Hasil penelitian ini memperbarui sekaligus menegaskan perihal difusi inovasi model kurva S. Salah satu kesimpulan penelitian Ryan dan Gross menyatakan bahwa *“The rate of adoption of the agricultural innovation followed an S-shaped normal curve when plotted on a cumulative basis over time.”*¹²

Menurut Sendjaja dalam buku Sosiologi Komunikasi pembahasan lebih lanjut tentang teori difusi inovasi, mengatakan bahwa teori ini meliputi sejumlah gagasan tentang proses difusi inovasi sebagai berikut:

- 1) Mengacu pada situasi atau karakteristik dari orang yang terlibat sehingga memungkinkannya untuk diterpa informasi perihal suatu inovasi dan relevansi informasi tersebut terhadap kebutuhan-kebutuhannya (terbuka terhadap perubahan).
- 2) Perlu dipisahkan fungsi-fungsi yang berbeda dari “pengetahuan”, “persuasi”, “keputusan” dan “konfirmasi”, yang umumnya terjadi dalam tahapan proses, meskipun tahapan tersebut tidak lengkap. Contohnya orang yang memahami lebih awal tidak wajib para pemuka pendapat, beberapa penelitian menunjukkan, bahwa “memahami lebih awal” atau “memahami belakangan” berkaitan dengan tingkat sosial tertentu. Kurangnya integrasi sosial bisa dihubungkan dengan “kemajuan” atau “ketinggalannya” pada warga.
- 3) Difusi inovasi melibatkan banyak sekali sumber komunikasi yang berbeda (media massa, *advertensi*, penyuluhan, atau hubungan-hubungan sosial yang informal), dan efektivitas sumber-sumber tersebut akan tidak selaras pada tiap tahap, dan untuk fungsi yang tidak selaras juga. Jadi

¹²Iman Nuraryo, ‘Difusi Inovasi “Belanja Daring” Di Media Sosial Dan Dampaknya Pada Motif Berbisnis Di Kalangan Anak Muda’; *Manajemen Pemasaran Vol. 6 No. 1* (2016)

dengan kata lain hal-hal di atas bisa menghipnotis individu untuk menolak atau menerima suatu inovasi.

- 4) Melihat adanya variabel-variabel penerima yang berfungsi pada tahap pertama (pengetahuan), sebab diperbolehkannya pengetahuan akan ditentukan oleh kepribadian atau karakteristik sosial. contoh variabel tersebut merupakan sistem sosial, yang dapat berperan dalam menolak atau menerima inovasi.¹³

Rogers dalam bukunya *Diffusion of innovations* mendefinisikan sebagai berikut *Diffusion in the process by which an innovation is communicated through certain channel over time among the member of a sosial sistem*¹⁴ (difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu sistem sosial).

Inovasi adalah suatu gagasan, praktik, atau benda yang dianggap baru oleh individu atau kelompok masyarakat. Ungkapan dianggap baru terhadap suatu ide, praktek atau benda oleh sebagian orang, belum tentu juga pada sebagian yang lain. Kesemuanya tergantung apa yang dirasakan oleh individu atau kelompok terhadap ide, praktik atau benda tersebut.

Dari dua padanan kata di atas, dapat diartikan difusi inovasi adalah proses penyebaran dan penerapan ide-ide baru di dalam sebuah kelompok sosial, dan jelasnya bahwa difusi inovasi membahas tentang bagaimana suatu gagasan atau ide baru dapat diadopsi Kategori Adopter oleh suatu kelompok tertentu.

- a. Elemen Difusi Inovasi

Dalam proses difusi inovasi terdapat unsur pokok yaitu:

- 1) *The Innovation* (inovasi)

¹³Iga Mayaloka, "Proses Adopsi Teknologi Komunikasi Pada Masyarakat Pedesaan (Studi pada masyarakat Dusun Sedayu Kidul Kecamatan Turen Kabupaten Malang)" (Skripsi Sarjana; Program Sudi Ilmu Komunikasi: Parepare, 2012)

¹⁴Everet M Rogers, *Diffusion of Innofation fith Edition*, (New York: The Free Press. 2003), h.

An idea, or object perceived as new by the individual (Adalah ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi lain. Dengan definisi ini maka kata *perceived* merupakan kata yang penting, karena pada umumnya suatu ide atau praktek yang dianggap sebagai inovasi hanya bagi sebagian orang, dan sebagian orang lainnya tidak tergantung apa yang dirasakan oleh individu yang menganggap ide atau praktek sebagai inovasi.

2) *Communication Channel* (Komunikasi melalui saluran tertentu)

Adalah sarana dimana pesan itu didapatkan dari satu individu ke individu lainnya. Jika dikaitkan dengan teori dasar komunikasi, yang mana komunikasi akan berjalan dengan sempurna jika mempunyai unsur channel atau saluran dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan, hal itu pula sangat berlaku dalam difusi inovasi.

3) *Time* (Kelebihan waktu)

Waktu merupakan proses yang jelas dalam komunikasi, tetapi kebanyakan penelitian komunikasi (non difusi) tidak berurusan dengan waktu secara eksplisit. Waktu merupakan salah satu unsur penting dalam proses difusi, dimensi waktu dalam proses difusi berpengaruh dalam proses keputusan menerima informasi pertama sampai seseorang menerima atau menolak inovasi dan dimensi waktu pula berpengaruh dalam menentukan berapa banyak adopter sebuah inovasi dengan jangka waktu.

4) *A sosial sistem* (diantara anggota sistem sosial)

Sistem sosial didefinisikan sebagai suatu unit yang saling terkait dan terlibat dalam pemecahan masalah untuk mencapai tujuan bersama.¹⁵

¹⁵Everet M Rogers, *Diffusion of Innovation fifth Edition*, h. 10-22

b. Karakteristik Inovasi

Karakteristik inovasi adalah sifat dari difusi inovasi, dimana karakteristik inovasi merupakan salah satu yang menentukan kecepatan suatu proses inovasi. Rogers (1983) mengemukakan ada 5 karakteristik inovasi, yaitu: *relative advantage* (keuntungan relatif), *compatibility* atau kompatibilitas (keserasian), *complexity* atau kompleksitas (kerumitan), *triability* atau triabilitas (dapat diuji), dan *observability* (dapat diobservasi).

Relative Advantage (keuntungan relatif) adalah tingkat kelebihan suatu inovasi, apakah lebih baik dari inovasi yang ada sebelumnya atau dari hal-hal yang bisa dilakukan. Bisaanya diukur dari segi ekonomi, prestasi sosial, kenyamanan dan kepuasan. Semakin besar keuntungan relatif yang dirasakan oleh adopter, maka semakin cepat inovasi tersebut di adopsi.

Compatibility atau kompatibilitas (keserasian) adalah tingkat keserasian dari suatu inovasi, apakah dianggap konsisten atau sesuai dengan nilai-nilai, pengalaman dan keutuhan yang ada. Jika inovasi berlawanan atau tidak sesuai dengan nilai-nilai dan norma yang dianut oleh adopter maka inovasi baru tersebut tidak dapat diadopsi dengan mudah oleh adopter.

Complexity atau kompleksitas(kerumitan) adalah tingkat kerumitan dari suatu inovasi untuk diadopsi, semakin sulit memahami dan menggunakan inovasi. Semakin mudah suatu inovasi dimengerti dan dipahami oleh adopter, maka semakin cepat inovasi diadopsi.

Triability atau triabilitas (dapat diuji coba) merupakan tingkat apakah suatu inovasi dapat dicoba terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya. Suatu inovasi dapat diuji cobakan pada keadaan sesungguhnya, inovasi pada umumnya lebih cepat diadopsi. Untuk mempercepat proses adopsi, maka suatu inovasi harus menunjukkan keunggulannya.

Observability (dapat diobservasi) adalah tingkat bagaimana hasil penggunaan suatu inovasi dapat dilihat orang lain. Semakin mudah seseorang

melihat hasil inovasi, semakin besar kemungkinan inovasi diadopsi oleh orang atau sekelompok orang.¹⁶

c. Proses putusan inovasi

Penerimaan atau penolakan suatu inovasi adalah keputusan yang dibuat seseorang/individu dalam menerima suatu inovasi. Menurut Rogers (1983), proses pengambilan keputusan inovasi adalah proses mental dimana seseorang/individu berlalu dari pengetahuan pertama mengenai suatu inovasi dengan membentuk suatu sikap terhadap inovasi, sampai memutuskan untuk menolak atau menerima, melaksanakan ide-ide baru dan mengukuhkan terhadap keputusan inovasi. Tahapan Pengambilan Keputusan Inovasi

1) Tahap Munculnya Pengetahuan (Knowledge)

Ketika seseorang memahami bagaimana suatu inovasi itu bermanfaat bagi dirinya dan lingkungannya (masyarakat) maka seseorang tersebut akan lebih mudah untuk mengadopsi suatu inovasi. Oleh karenanya suatu inovasi disampaikan atau dikomunikasikan yang pertama adalah agar seseorang mengetahui dan memahami bagaimana manfaat inovasi tersebut.

2) Tahap Persuasi (Persuasion)

Pada tahapan ini individu atau kelompok sosial mulai menunjukkan sikap terhadap suatu inovasi. Dalam hal ini sikap yang ditunjukkan oleh individu maupun kelompok sosial ini dapat berupa sikap baik maupun sikap yang baruk.

3) Tahap Keputusan (Decisions)

Dalam tahap ini individu maupun kelompok sosial tertentu telah sampai kepada tahapan pengambilan keputusan terkait sebuah inovasi

¹⁶Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, h. 35-36

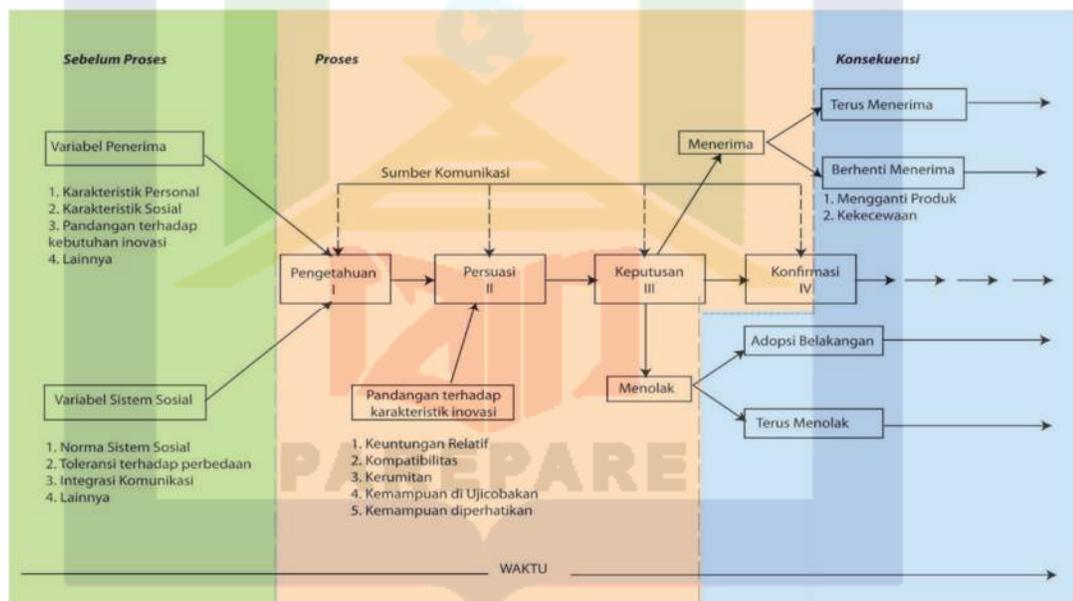
yang dikenakan kepadanya. Dalam hal ini inovasi sudah sampai pada tahap diadopsi oleh individu atau kelompok tertentu maupun ditolak.

4) Tahapan Implementasi (Implementation)

Pada tahap ini ketika individu atau kelompok memutuskan untuk mengadopsi suatu inovasi maka ia akan menerapkan inovasi tersebut dalam kehidupannya. Bilamana inovasi tersebut diterapkan dalam suatu aspek kehidupan maka individu maupun kelompok tersebut sudah dapat dikatakan sebagai adopter dari suatu inovasi.

5) Tahapan Konfirmasi (Confirmation)

Dalam tahap ini individu ataupun kelompok sudah sampai pada tahap dimana ia mulai mencari penguatan-penguatan terhadap keputusannya terkait menolak maupun menerima suatu inovasi untuk diadopsi.



Gambar 2. Proses Difusi Inovasi

d. Kategori Adopter

Adopter-adopter yang ada di masyarakat memiliki karakteristik yang berbeda-beda seperti yang diungkapkan oleh Rogers (1983) yang selanjutnya

menjadi pedoman bagi seorang change agent untuk memulai masuk ke dalam suatu masyarakat atau sistem sosial. Berikut adalah karakteristik dari berbagai macam kategori adopter:

1) Innovator

Tipe ini adalah tipe yang menemukan inovasi dikenal sebagai perintis atau pelopor dan jumlahnya tidak banyak dalam masyarakat. Mereka mencurahkan sebagian besar hidup, energi, dan kreatifitasnya untuk mengembangkan ide baru. Selain itu orang-orang yang masuk ke dalam kategori ini cenderung berminat mencari hubungan dengan orang-orang yang berada di luar sistem mereka. Karakteristik innovator sebagai berikut:

- a) Berani mengambil risiko
- b) Mampu mengatur keuangan yang kokoh agar dapat menahan kemungkinan kerugian dari inovasi yang tidak menguntungkan
- c) Memahami dan mampu mengaplikasikan teknik dan pengetahuan yang kompleks
- d) Mampu menanggulangi ketidakpastian informasi

2) Penerima Dini

Penerima dini atau early adopter biasanya adalah orang-orang yang berpengaruh dan lebih dulu memiliki banyak akses karena mereka memiliki orientasi yang lebih ke dalam sistem sosial. Untuk mempengaruhi penerima dini tidak memerlukan persuasi karena mereka sendiri yang selalu berusaha mencari sesuatu yang dapat memberikan menguntungkannya dalam kehidupan sosial atau ekonomi. Karakteristik yang dimiliki oleh early adopter adalah:

- a) Bagian yang terintegrasi dalam sistem lokal sosial

- b) Opinion leader yang paling berpengaruh
- c) Role model dari anggota lain dalam sebuah sistem sosial
- d) Dihargai dan disegani oleh orang-orang disekitarnya
- e) Sukses

3) Mayoritas Dini

Early majority ini adalah golongan orang yang selangkah lebih maju. Mereka biasanya orang yang pragmatis, nyaman dengan ide yang maju, tetapi mereka tidak akan bertindak tanpa pembuktian yang nyata tentang keuntungan yang mereka dapatkan dari sebuah produk baru. Mereka adalah orang-orang yang sensitive terhadap pengorbanan dan membenci risiko untuk itu mereka mencari sesuatu yang sederhana, terjamin, cara yang lebih baik atas apa yang telah mereka lakukan. Ada beberapa karakteristik mayoritas dini, yakni:

- a) Sering berinteraksi dengan orang-orang sekitarnya
- b) Jarang mendapatkan posisi sebagai opinion leader
- c) Sepertiganya adalah bagian dari sistem (kategori atau tipe terbesar dalam sistem)
- d) Berhati-hati sebelum mengadopsi inovasi baru

4) Mayoritas Belakangan

Orang-orang dari golongan ini adalah orang-orang yang konservatif pragmatis yang sangat membenci risiko serta tidak nyaman dengan ide baru sehingga mereka belakangan mendapatkan inovasi setelah mereka mendapatkan contoh. Golongan ini lebih dipengaruhi oleh ketakutan dan golongan laggard. Karakteristik golongan late majority ini diidentifikasi sebagai berikut:

- a) Berjumlah sepertiga dari suatu sistem sosial
 - b) Mendapatkan tekanan dari orang-orang sekitarnya
 - c) Terdesak ekonomi
 - d) Skeptis
 - e) Sangat berhati-hati
- 5) Laggard (lapisan paling akhir)

Golongan Laggard adalah golongan akhir yang memandang inovasi atau sebuah perubahan tingkah laku sebagai sesuatu yang memiliki risiko tinggi. Ada indikasi bahwa sebagian dari golongan ini bukanlah orang-orang yang benar-benar skeptis, bisa jadi mereka adalah inovator, penerima dini, atau bahkan mayoritas dini yang terkurung dalam suatu sistem sosial kecil yang masih sangat terikat dengan adat atau norma setempat yang kuat. Atau mungkin karena terbatasnya sumber dan saluran komunikasi menyebabkan seseorang terlambat mengetahui adanya sebuah inovasi dan pada akhirnya golongan ini disebut sebagai laggard. Beberapa karakteristik laggard, yakni:

- a) Tidak terpengaruh opinion leader
- b) Terisolasi
- c) Berorientasi terhadap masa lalu
- d) Curiga terhadap inovasi
- e) Mempunyai masa pengambilan keputusan yang lama
- f) Sumber yang terbatas

Berdasarkan pada karakteristik golongan-golongan adopter di atas, maka dapat dikatakan bahwa tidak seluruh sasaran atau warga masyarakat mengadopsi inovasi pada jangka waktu tertentu, sehingga

diperlukan adanya penentuan skala prioritas penggarapan sasaran. Terlihat bahwa golongan inovator dan early adopter pada umumnya relatif mandiri, sementara itu golongan laggard sangat sulit menerima inovasi sehingga diperlukan biaya, tenaga dan waktu yang sangat besar sementara jumlah mereka adalah kecil yaitu sekitar 16 %. Oleh karena itu, golongan laggard ini dapat diabaikan saja dalam proses komunikasi atau penyuluhan..

Rogers dalam Mc Kenzie menjelaskan dalam menerima inovasi baru bahwa kelompok *inovator* hanya berkisar 2% sampai 3% dalam populasi, sedangkan untuk kelompok *eraly adopter* hanya mencapai 14% dalam populasi, untuk *late majority* masing-masing 34% dalam satu populasi dan untuk kelompok *laggard* mencapai 16%.¹⁷

C. Kerangka Konseptual

Perkembangan teknologi semakin pesat dan cepatnya informasi dari berbagai sumber menjadi sebuah tantangan bagi masyarakat. Selain itu, dari sisi positif terkadang perkembangan teknologi menjadi sebuah peluang tergantung dari pengguna teknologi itu sendiri.

Teknologi informasi adalah suatu teknologi yang berfungsi dalam memproses, mengolah, menyusun, mendapatkan, menyimpan dan mengubah seluruh data dengan berbagai macam upaya agar bisamemperoleh informasi yang berguna dan berkualitas.¹⁸

Tanpa adanya teknologi informasi, manusia akan kesulitan menyebarkan dan memberikan informasi. Teknologi informasi adalah psuatu implementasi,

¹⁷Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa*, (Jakarta:Gramedia Widiasarana Indonesia. 2016), h. 35

¹⁸Ibnu Ismail, "Teknologi Informasi: Pengertian dan Peran Pentingnya di Dalam Bisnis", *accurate.id*, 18 Agustus 2021, <https://accurate.id/teknologi/teknologi-informasi> (diakses pada 28 November 2021)

pengembangan, dukungan atauoun manajemen sistem informasi yang berbasis komputer.

1. Pengertian Difusi Inovasi

Difusi inovasi terdiri dari dua unsur kata yaitu difusi dan inovasi. Rogers dalam bukunya *Diffusion of innovations* mendefinisikan sebagai berikut *Diffusion in the process by which an innovation is communicatiated trough certain chanel over time among the member of a sosial sistem.* (Difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu sistem sosial).

Difusi inovasi adalah suatu proses penyebaran serapan ide-ide atau hal-hal yang baru dalam upaya untuk mengubah suatu masyarakat yang terjadi secara terus menerus dari suatu tempat ke tempat yang lain, dari suatu kurun waktu ke kurun waktu berikut, dari suatu bidang yang lainnya kepada sekelompok anggota dari sistem sosial.¹⁹

Tujuan utama adanya difusi inovasi yakni diadopsinya suatu inovasi seperti teknologi informasi untuk diterapkan pada sa suatu sistem sosial. Sistem sosial yang dimaksud yakni berupa individu, lembaga sosial, kelompok masyarakat infromal seperti komunitas, atau sampai kepada lingkungan masyarakat. Dengan adanya difusi inovasi, membuat kehidupan dalam suatu sistem sosial bisa menjadi lebih mudah.

2. Dakwah Digital

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa arab, yaitu da'a, yad'u, da'wan, du'a, yang diartikan sebagai mengajak menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah tabligh, amar ma'ruf dan nahi munkar, mau'idzhoh hasanah, tabsyir,

¹⁹Khomsahrial Romli, *Komunikasi Massa* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2016)

indzhar, washiyah, tarbiyah, ta'lim, dan khotbah.²⁰

Dakwah secara etimologi sering kita artikan sebagai suatu kegiatan untuk mengajak orang kepada kebaikan. Adapun kata dakwah yang bermakna mengajak kepada kebaikan terdapat dalam QS. Ali-Imran 3/144:

وَأَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ (١٤٤)

Terjemahnya:

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar. Dan merekalah orang-orang yang beruntung.”²¹

Adapun pengertian dakwah secara terminologis sebagaimana dikemukakan oleh para ahli, antara lain :

- 1) Abu Bakar Zakary berpendapat bahwa dakwah adalah usaha para ulama dan orang-orang yang memiliki pengetahuan tentang agama (Islam) untuk memberi pengajaran kepada khalayak hal-hal yang dapat menyadarkan mereka tentang urusan agama dan urusan dunianya sesuai dengan kemampuannya.
- 2) Menurut Syekh Abdullah Ba'lawy al-Haddad, dakwah adalah mengajak, membimbing dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat jalannya dari agama yang benar, untuk dialihkan ke jalan ketaatan kepada Allah, beriman kepada-Nya serta mencegah dari apa yang menjadi lawan kedua hal tersebut, kemaksiatan dan kekufuran (Abdullah Ba'lawy alHaddad, 1980: 68)
- 3) Menurut Muhammad Natsir, dakwah adakah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada individu dan seluruh umat

²⁰Moh Ngindi Vadlullah, Skripsi: “*Dakwah Bil Qalam K.H Taufiqul Hakim Dalam Serial Buku Syifaul Ummah*” (Semarang: UIN Semarang, 2017). h. 28

²¹Departemen Agama. Rujukan Al-Qur'an dan Terjemahnya: Q.S. Ali Imran/3:144

konsep Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, yang meliputi amar ma'ruf nahi mungkar, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengamalannya dalam peri kehidupan masyarakat dan perikehidupan bernegara (M. Natsir, 1978: 17)

- 4) Menurut Shalahuddin Sanusi, dakwah yaitu usaha-usaha perbaikan dan pembangunan masyarakat, memperbaiki kerusakan-kerusakan, melenyapkan kebatilan, kemaksiatan dan ketidakwajaran dalam masyarakat.²²

Dari beberapa pendapat para ahli yang telah dikemukakan diatas, dapat diartikan secara terminologi dakwah adalah kegiatan mengajak satu orang atau satu kelompok masyarakat yang sebelumnya berbuat kemunkaran dan kebathilan menuju perbuatan baik dan diridhai oleh Allah dengan membimbing serta memberi pelajaran mengenai perbuatan yang diridhai Allah dan perbuatan yang dimurkai Allah.

Digital berasal dari bahasa Yunani yaitu, istilah Digitus yang berarti jari jemari. Jumlah jari-jemari kita adalah 10, dan angka 10 terdiri dari angka 1 dan 0. Oleh sebab itu Digital ialah penggambaran dari suatu keadaan bilangan yang terdiri dari angka 0 dan 1 atau off dan on (bilangan biner). seluruh sistem komputer memakai sistem digital sebagai basis datanya. bisa disebut pula dengan kata Bit (Binary Digit). Digital merupakan sebuah metode yang kompleks, dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang utama pada kehidupan manusia. Sedangkan Teori Digital merupakan sebuah konsep pemahaman dari perkembangan Zaman tentang Teknologi dan Sains, dari seluruh yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari seluruh yang bersifat rumit menjadi ringkas.²³

²²Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Surabaya: Qiara Media, 2019) h. 3-4

²³Rustam Aji, 'Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital)'; *Islamic Communication Journal Vol. 01, No.01* (2016)

Agus Mulyanto mendefinisikan dakwah digital dalam jurnal yang berjudul E-dakwah Sebagai Alternatif Media Dakwah, yakni e-dakwah secara sederhana didefinisikan sebagai pelaksanaan dakwah dengan bantuan teknologi informasi, terutama Internet.²⁴ Dengan adanya bantuan teknologi informasi, dakwah akan sangat memungkinkan untuk dilaksanakan secara efisien. E-dakwah menjadi perlu dilakukan karena penyebaran dakwah secara konvensional melalui mimbar ke mimbara sangat terbatas oleh ruang dan waktu untuk bisa sampai pada mad'u sedangkan e-dakwah dilakukan dapat melampaui batas ruang dan waktu.

3. Pesantren

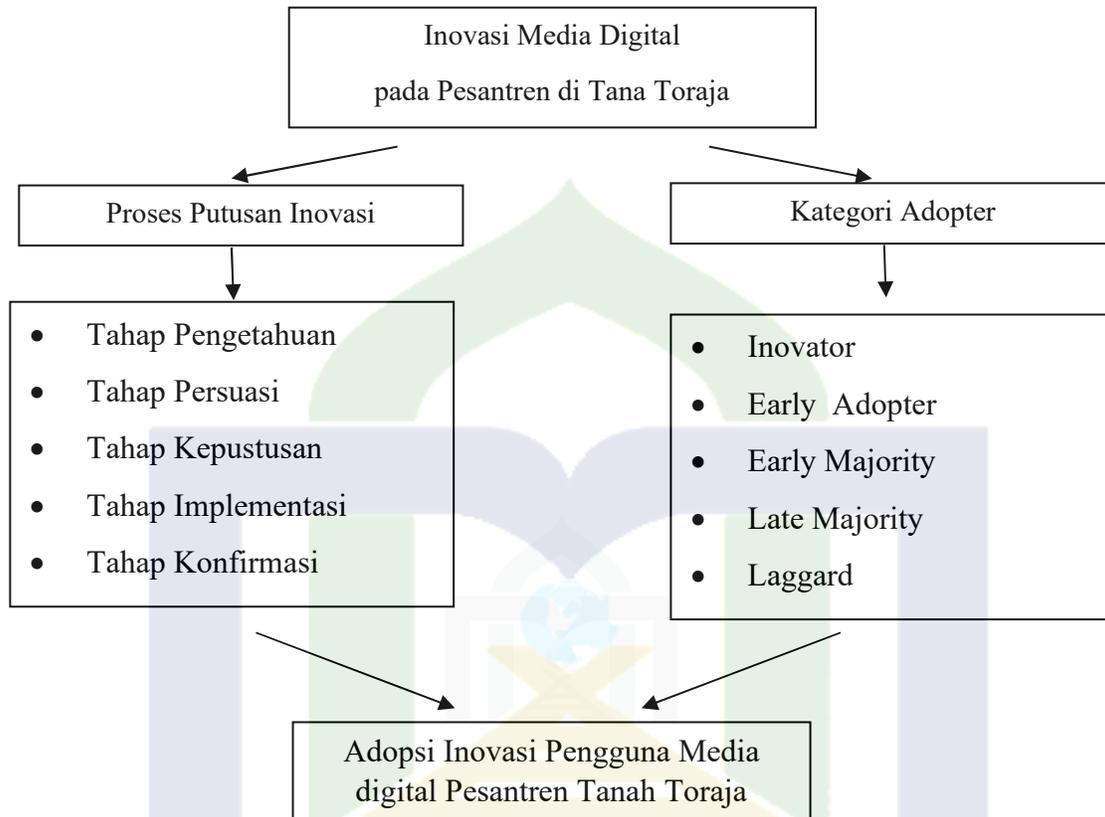
Jika ditelusuri, pengertian pesantren berasal dari kata "santri" yang berarti seseorang yang belajar agama Islam. Kemudian, kata santri tersebut mendapat awalan "pe" dan akhiran "an" yang menunjukkan tempat, yaitu tempat tinggal santri. Dengan demikian pesantren mempunyai arti empat orang berkumpul untuk belajar agama Islam.

Sedangkan Mujamil, mengutip dari H.M. Arifin, menyatakan bahwa Pondok pesantren ialah suatu forum pendidikan Islam yang tumbuh dan diakui oleh warga sekitar, dengan model asrama (komplek) dimana santri-santri mendapatkan pendidikan agama melalui sistem pengajaran atau madrasah sepenuhnya berada di bawah kedaulatan dari leadership seseorang atau beberapa orang Kyai dengan ciri khas yang bersifat karismatik dan independent dalam segala hal.²⁵

²⁴Rifan Tri Yulianto, Skripsi: *"Dakwah Digital: Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @Edhnx"* (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020), h. 14

²⁵Septuri, "Manajemen Pondok Pesantren (Studi Deskriptif Analitik Pada Pondok Pesantren Shuffah Hizbullah Dan Madrasah Al-Fatah Al-Muhajirun Desa Negara Ratu Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan, Lampung)" (Disertasi Pascasarjana; Konsentrasi I Manajemen Pendidikan Islam: Lampung, 2018)

D. Kerangka Pikir



Gambar 3 *Bagan Kerangka Pikir*

Maksud dari bagan kerangka pikir diatas ialah menjelaskan tentang bagaimana proses inovasi dan adaptasi media digital pada pesantren Tana Toraja, berdasarkan teori difusi inovasi dan teori new media. Selanjutnya hasil dari penelitian ini nantinya memberikan penjelasan mengenai proses adaptasi dan inovasi media digital oleh pesantren di Tana Toraja.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan & Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (field research) yaitu sebuah penelitian yang dilakukan secara sistematis dan objeknya mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi di lapangan atau sekelompok masyarakat.²⁶

Adapun metode penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif. Prof. Dr. Sugiyono menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang mana data penelitiannya menghasilkan penjelasan-penjelasan terhadap data yang dihasilkan dilapangan.²⁷ Sedangkan menurut penjabaran Poerwandi, bahwasanya penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian yang mengolah dan menghasilkan sebuah data yang bersifat deskriptif, misalnya transkripsi wawancara, foto atau rekaman vidio, catatan lapangan, dan lainnya.²⁸

Jadi, penelitian kualitatif memiliki tujuan yakni mendapatkan sebuah pemahaman terhadap kenyataan yang terdapat dilapangan dan bersifat umum. Pemahaman tersebut nantinya didapatkan setelah melakukan analisis terhadap kenyataan yang ada dilapangan. Lalu setelah itu, peneliti akan menarik kesimpulan berupa pemahaman umum serta menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang kongkrit terkait Divusi Inovasi Dakwah Digital Pada Komunitas Pesantren Tana Toraja.

²⁶Suharismi Arikunto, *Dasar – Dasar Research*, (Tarsoto : Bandung 1995), h. 58

²⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta, 2011. h. 7

²⁸E. Ktisti Poerwandi, *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian*. Jakarta: Lembaga pengembangan dan pengukuran Psikologi, Fak. Psikologi UI 1998. h. 34

B. Lokasi & Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Dalam penelitian ini, penulis turun langsung ke lokasi penelitian, dimana lokasi penelitian ini di adakan di Pesantren Al-Hidayah, Kecamatan Gandang Batu Sillanan, Lembang Kaduaja, Kab. Tana Toraja. Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja berada di Lembang Kaduaja, Kecamatan Gandangbatu Sillanan Kabupaten Tana Toraja. Kondisi dan struktur geografis pesantren ini berada di area pegunungan dengan jalan yang cukup terjal dan banyak dihiasi pepohonan sehingga sulit menjangkau jaringan internet, baik itu jaringan berkabel ataupun jaringan seluler. Jaringan internet hanya ada pada beberapa titik tertentu, sehingga agak sulit mengakses sosial media di tempat ini.

Santri yang belajar di pondok pesantren ini berasal dari berbagai daerah di Tana Toraja dan ada pula yang berasal dari luar Tana Toraja. Bagi santri yang berasal dari daerah yang jauh dari lokasi pondok pesantren akan difasilitasi tempat tinggal, adapun santri yang berasal dari sekita pondok pesantren mereka tidak diasramakan.

Pengurus pondok pesantren ini sangat aktif mengikutkan santri-santrinya dalam berbagai ajang lomba dan sudah beberpa kali meraih prestasi, baik di tingkat Kabupaten, Provinsi, dan sampai ke Tingkat Nasional. Meskipun lokasi peantren ini berada pada lokasi yang sulit untuk mengakses jaringan internet, tapi pengelola dari pondok pesantren ini tidak ketinggalan infromasi terbaru yang ada di luar Tana Toraja.

Pondok Pesantren Al-Hidayah Kaduaja didirikan pada tanggal 03 Mei 2018 dan resmi beroperasi dengan keluarnya Surat Keputusan Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten Tana Toraja Nomor 113 tahun 2018 yang ditanda tangani oleh Bapak H. Muhammad, M.Ag. pada tanggal 24 Mei 2018.

2. Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan setelah proposal diseminarkan dan telah memperoleh izin penelitian selama kurang lebih satu bulan lamanya atau sesuai dengan kebutuhan penelitian.

c. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada difusi inovasi dakwah digital oleh komunitas pesantren Tana Toraja. Dalam penelitian ini, terlebih dahulu peneliti melakukan observasi mengenai kegiatan. Setelah itu, peneliti akan melakukan wawancara pada informan sehingga akan diperoleh informasi-informasi yang berkaitan dengan penelitian yang dikaji yakni gambaran pemanfaatan media digital dalam penyebaran dakwah islam oleh Pesantren Al Hidayah dan penerimaan masyarakat dengan adanya media digital.

D. Jenis dan Sumber Data

Pada tahap ini peneliti berusaha mencari dan mengumpulkan berbagai sumber data yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat data utama (primer) dan data pendukung (skunder)

1. Data primer

Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertanyaan.²⁹ Adapun yang dijadikan sebagai sumber data primer di sini adalah hasil wawancara dan hasil observasi lapangan.

2. Data sekunder

Data skunder adalah data yang sudah tersusun dan sudah dijadikan dalam bentuk dokumen-dokumen. Adapun sumber data sekunder di sini adalah buku-buku yang terkait dengan fungsi pondok pesantren, serta arsip-arsip, dokumen, catatan dan laporan

²⁹Suryosubroto, Manajemen Pendidikan Sekolah, (Jakarta: PN Rineka Cipta. 2003), h. 39

E. Teknik Pengumpulan Dan Pengolahan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam sebuah penelitian, karena tujuan dari sebuah penelitian adalah dalam mendapatkan data dari sumber data. Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dilakukan dengan cara dan teknik dilapangan menggunakan berbagai cara dan pendekatan yang sesuai. Untuk memudahkan dalam pengambilan data lapangan penulis mempergunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Moelong dalam Anika Laraswati mengungkapkan Wawancara merupakan dialog dengan maksud tertentu. dialog itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang menyampaikan jawaban atas pertanyaan itu.³⁰

Dari penjelasan di atas peneliti menganggap bahwa wawancara sangat penting sebagai teknik pengumpulan data, pada penelitian ini peneliti akan mewawancarai peneglora Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja. Berikut nama-nama informan peneliti:

Tabel 1 Informan Peneliti

No	Nama	Jabatan
1	Syafruddin	Direktur Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja
2	Awal Sukry	Kepala Madrasah Aliyah Al Hidayah
3	Ramli Parewa	Kepala Marasah Tsanawiyah Al Hidayah
4	Eka Julianti	Guru Pesantren Al Hidayah

³⁰Anika Laraswati, Skripsi: “Analisis Implementasi Guru Dalam Pelaksanaan Pembelajaran Tematik Di Sd Negeri 03 Cilangkap Kecamatan Gumelar Kabupaten Banyumas” (Skripsi Sarjana: Jurusan Pendidikan Guru Sekolah Dasar: Bumiayu, 2018)

5	Mujahid Dahlan	Kepala Bidang PD Pontren Kemenag Sulsel
6	Rahman	Pengasuh Santri Putra
7	Halimah	Pengasuh Santri Putri
8	Barto	Kordinator Bidang Media

Sumber: data lokasi penelitian

2. Observasi

Menurut Nasution dalam Sugiyono observasi adalah dasar seluruh ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya bisa bekerja berdasarkan data, yaitu tentang fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Melalui teknik observasi maka peneliti belajar mengetahui tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Perilaku yang diobservasi dalam penelitian ini, yakni bagaimana adopter mengalami proses tahapan dalam menerima inovasi dakwah digital. Sekaligus untuk mendalami karakteristik masing-masing anggota kelompok menerima inovasi dakwah digital. Selama penelitian, peneliti terlibat bersama kelompok adopter sehingga dapat mengamati karakteristik tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah teknik mengumpulkan data dengan cara mencatat data yang didapatkan di lapangan. Data tersebut dapat berupa buku-buku, arsip, surat, maupun foto. Pada metode ini, merupakan teknik pengumpulan data yang menghasilkan catatan penting dengan hubungan masalah yang diteliti sehingga peneliti akan memperoleh data yang lengkap.³¹

Dokumentasi inovasi dakwah digital dapat ditelusuri pada dokumentasi digital dalam bentuk video dimana video dakwah merupakan hasil uji coba dari tahapan inovasi dakwah digital yang dilakukan secara bertahap.

³¹Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 158

F. Uji Keabsahan Data

Data yang dikumpulkan adalah modal awal yang sangat berharga pada sebuah penelitian, lalu dilakukan analisis yang dipergunakan sebagai masukan untuk penarikan kesimpulan. sehingga data yang dihasilkan menjadi data yang valid dan realible. Imam Gunawan berkata bahwa ada empat kriteria yang bisa dipergunakan, yakni: kepercayaan (*credibility*), kebergantungan (*dependability*), keteralihan (*transferality*), dan kepastian (*comformability*).³² Untuk menentukan kebasahan data, diperlukan alat untuk menganalisis data. Sehingga dalam penelitian ini,peneliti menggunakan *Triangulasi* sebagai alat untuk menganalisis data.

Triangulasi adalah proses pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai macam cara dan waktu. Terdapat 3 jenis Triangulasi yakni berasal dari sumber/informasi, berasal dari teknik pengumpulan data, dan waktu. Triangulasi yang digunakan peneliti ialah Triangulasi sumber data, maksudnya adalah cara yang digunakan dengan cara mencari data dari berbagai sumber yang beragam dan masih terkait satu sama lain.³³ Dalam penelitian ini, sumber data yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan wawancara kepada informan yang telah ditetapkan kemudian mengecek kebnaran informasi yang telah diperoleh.

G. Tehnik Analisis Data

Setelah semua data sudah terkumpul melalui pedoman wawancara, maka tahap selanjutnya adalah menganalisa data-data tersebut. Dalam tahap menganalisa data, penulis menggunakan metode analisa kualitatif, maksudnya ialah penelitian ini dapat menghasilkan data deskriptif yang dapat berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu dan perilaku yang telah diamati.

³² mam Gunawan , *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. (Jakarta : PT Bumi Aksara 2016)

³³ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2017)

Langkah-langkah analisis data kualitatif mengandung tiga kegiatan yang saling terkait, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data yaitu analisis yang menajamkan, menggolongkan dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan divervikasikan. Reduksi data dalam penelitian ini ialah peneliti mengambil data dari hasil wawancara, Direktur Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja, dan Kepala Madrasah Aliyah Swasta Pondok Pesantren Al Hidayah, dan Kepala Madrasah Tsanawiyah swasta Pondok Pesantren Al Hidayah. Selain itu, peneliti juga akan mencari hal-hal penting dari data yang mencakup setiap aspek penelitian.

2. Penyajian Data

Pada proses ini, peneliti berusaha menyusun pesan data yang relevan, sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan menjadi makna tertentu dengan cara menampilkan dan membuat hubungan antar variabel.

3. Penarikan Kesimpulan

Miles dan Huberman dalam Rasyid menunjukkan bahwa telaah dan nalar data merupakan upaya untuk menginterpretasikan data yang disajikan dengan memasukkan pemahaman peneliti. Pada tahap ini ditarik kesimpulan dari semua data yang diperoleh sebagai hasil survei. Penalaran atau verifikasi adalah usaha untuk menemukan atau memahami makna, keteraturan, pola, penjelasan, jalur sebab akibat, atau rasio.³⁴

Pada tahap ini, dilakukan pengkajian tentang kesimpulan yang telah diambil dengan data pembnding teori tertentu, melakukan proses *member check* atau melakukan proses pengecekan ulang, mulai dari pelaksanaan pra survey (orientasi), wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian membuat

³⁴Sugiyono, *Metodologi Penelitian Administrasi dilengkapi dengan R&D*,(Bandung:Alfabet 2012), h. 8

kesimpulan umum untuk dilaporkan sebagai hasil dari penelitian yang telah dilakukan.



BAB IV

PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Proses Difusi Inovasi dalam Penyebaran Dakwah Islam pada Pesantren Di Tana Toraja

Penerimaan atau penolakan suatu inovasi adalah keputusan yang dibuat seseorang/individu dalam menerima suatu inovasi. Pada difusi inovasi dakwah melalui media digital oleh Pesantren Al Hidayah terdapat lima proses yang akan dilalui. Lima tahap ini diantaranya yaitu:

a. Tahapan membangun proses *Knowledge* (Pengetahuan)

Ketika seseorang mengetahui adanya suatu inovasi yang bisa membawa manfaat bagi dirinya dan lingkungan sekitarnya, maka orang tersebut akan lebih muda mengadopsi sebuah inovasi. Karena itu, orang pertama yang harus menyampaikan sebuah inovasi adalah orang yang memahami manfaat suatu inovasi dalam hal ini Kepala Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja Tana Toraja.

“Jadi, awalnya itu ada penelitiannya Ibu tentang moderasi beragama kemudian salah satu narasumbernya itu saya. Dari pembahasan itu, saya bilang sama Ibu, bagaimana kalo buat video klip tentang pondok. Jadi saya minta tolong sama Ibu untuk dibuatkan video klip. Ekspektasi awalnya itu hanya video klip saja, tapi ternyata dibuatkan juga pelatihan ini. Dan juga, guru-guru itu kalo pergi pelatihan dia mau juga kalo pondok ini dibuatkan video. Waktu itu masih masa-masa pandemic, sehingga belum bisa berkegiatan. Nanti tahun 2021, baru dibuatlah pelatihan digital dakwah.”³⁵

Kepala Pondok Pesantren Al Hidayah awalnya mengetahui pentingnya sebuah konten audio visual dalam menyampaikan informasi. Dia sadar bahwa

³⁵ Syafruddin, Direktur Ponpes Al Hidayah Kaduaja, wawancara di Pesantren Al Hidayah Toraja, 27 November 2022

perlu ada perubahan yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pondok pesantren. Awal tercetusnya ide digitalisais pesantren Al Hidayah oleh direktur Al Hidayah hanya pada keinginan untuk pembuatan video-video terkait pesantren agar pesantren dapat dikenal. Keinginan tersebut muncul didasari oleh pengetahuan bahwa mediatisasi pesantren perlu dilakukan, namun disadari pula bahwa memerlukan kemitraan dalam mewujudkan keinginan dalam mengembangkan sistem digitalisasi pesantren Al Hidayah.

“Jadi kami ini sebenarnya sudah lama pikirkan masalah IT begini, cuma saja kita tidak tau bagaimana caranya. Terlebih lagi kami menyadari bahwa manfaat dari media digital ini sangat besar bagi perkembangan pondok pesantren Al Hidayah Kaduaja ini. Terutama itu dalam bidang pendidikan dan untuk memperkenalkan program yang ada di Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja kepada masyarakat seara luas. Jadi itu hanya hanya sebatas dipikirkan saja. Nanti ada ini teman-teman dari Parepare yang adakan training, baru kita bisa wujudkan apa yang selama ini hanya ada dalam pikiran kita.”³⁶

Pernyataan diatas menandakan bahwa pengelola Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja telah berinisiatif untuk melangkah maju, karena mengetahui dan mulai menyadari besarnya manfaat media digital ini sebagai diantaranya sebagai sarana untuk memperkenalkan program-program pesantren kepada khalayak luas, dan sebagai media dakwah. Orang-orang seperti ini biasanya selalu berpikir jauh ke depan.

Variabel pengetahuan memengaruhi kemampuan individu dan lembaga dalam menerima inovasi dimana inovasi digitalisasi diketahui sebagai hal yang akan memiliki kontribusi positif pada individu dan lembaga. Kontribusi pada individu dapat meningkatkan SDM para guru-guru agar dapat menciptakan kreatifitas pembelajaran yang seiring dengan perkembangan digital. Secara kelembagaan dapat menjadi medium dakwah kepada masyarakat Toaraja. Tingkat Pendidikan telah menyelesaikan program sarjana dan rata-rata mengetahui dan memiliki akses digital secara personal mendasari

³⁶ Ramli Parewa, Kepala Madrasah Tsanaiyah Al Hidayah Kaduaja , Tana Toraja, wawancara di Tana Toraja, 26 November 2022

lahirnya keinginan-keinginan terus beradaptasi dengan perkembangan, meskipun disaradi pula bahwa keterbatasan keterampilan teknis yang dimiliki meski dilakukan intervensi.

“Sudah lama ini kita mau ada seperti ini. Karna kami sadari manfaatnya nantinya. Apalagi saat ini, zaman sudah sangat berkembang. Yang kami selalu pikir bahwa jangan sampai kami ini ketinggalan zaman. Apalagi sekarang kan, banyak sekali orang terkenal lewat media sosial ini. Hal-hal yang tidak bermanfaat pun bisa tersebar menlalu media sosial. Sayang sekali, kalo media sosial itu cuma diisi dengan hal-hal yang kurang manfaatnya, yang hanya mengandung unsur hiburan saja tapi tidak ada pasti apakah terdapat pesan yang baik bisa diambil di dalamnya”

Pernyataan di atas menunjukkan tentang pengetahuan informan mengenai pentingnya adaptasi dilakukan oleh pesantren agar dalam Kemampuan beradaptasi tersebut dapat berubah dan menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi informasi. Selain pengetahuan, sikap keterbukaan atau *openness to experience* yakni kemauan untuk terbuka dan menerima ide baru dan perubahan juga ditunjukkan oleh pesantren Al Hidayah.

Sebab kemampuan memahami potensi manfaat dan dampak positif dari inovasi tersebut terhadap perubahan sosial dan budaya serta norma dan nilai-nilai budaya yang berpengaruh pada sikap terhadap inovasi. Disisi lain, kepercayaan dan keyakinan serta pandangan pribadi dan kelompok sangat positif terhadap inovasi dakwah digital sehingga ingin dikembangkan pada pesantren.

b. Tahapan penguatan *Persuasion* (Persuasi)

Pada tahap ini, sistem sosial mulai menunjukkan sikap dalam menanggapi adanya manfaat atau keuntungan pengembangan sebuah inovasi. Tahap ini lebih banyak terjadi pada tingkat pemikiran calon pengguna atau adopter. Inovasi yang dimaksud berkaitan dengan karakteristik inovasi itu sendiri, seperti kelebihan inovasi, tingkat kesesuaian, kompleksitas, dapat

diuji coba, dan dapat dilihat. Dari hasil wawancara, kami didapatkan data yang menunjukkan kelebihan inovasi.

“Kita lihat saat ini bahwa banyak ustadz kondang yang terkenal melalui media sosial. Dari situ, kami berpikir bahwa kalo kita begini terus tidak akan maju ini. Kita harus segera beradaptasi dengan perkembangan zaman. Nah, karena itulah juga kami segera berbenah dan menjalankan program-program pengembangan media digital dengan harapan nantinya kita lebih mudah menyebarkan informasi kepada khalayak luas, dan khaylayak juga bisa gampang mencari tahu informasi tentang pondok pesantren ini.”³⁷

Media digital sangat besar pengaruhnya dalam perkembangan sebuah instansi. Hal ini disebabkan karena mudahya informasi itu dikases melalu media digital. Hadirnya media digital, dunia seolah berada dalam genggamannya. Media digital memudahkan orang dalam berkomunikasi, baik itu komunikasi satu arah maupun komunikasi dua arah. Hanya dengan modal jempol dan ketersediaan jaringan internet, seseorang bisa menjangkau seluruh dunia. Dengan media digital juga, orang bisa menyampaikan berbagai informasi penting serta lebih memudahkan orang berbagi konten-konten dakwah.

Kesadaran inovasi sangat penting karena mempengaruhi bagaimana seseorang memandang dan bereaksi terhadap inovasi. Inovasi membawa perubahan dan membantu memecahkan masalah, sehingga kesadaran inovasi yang baik memungkinkan seseorang untuk memanfaatkan inovasi secara efektif dan memperoleh manfaat maksimal dari perubahan tersebut. Selain itu, kesadaran inovasi juga membantu seseorang untuk terbuka dan menerima ide baru dan perubahan, sehingga dapat meningkatkan kemampuan adaptasi dan kreativitas. Oleh karena itu, membangun kesadaran inovasi sangat penting bagi perkembangan individu dan masyarakat secara keseluruhan.

“Media digital ini bagus kalo kita pergunakan secara positif ya, tapi ketika media ini digunakan untuk berbuat buruk seperti menebar kebencian. Tentu saja media digital ini akan dilihat buruk juga oleh

³⁷ Syafruddin, Direktur Ponpes Al Hidayah Kaduaja Tana Toraja, wawancara di Tana Toraja, 27 November 2022

sebagian masyarakat. Jadi semua tergantung pada penggunaannya. Selama itu digunakan untuk hal-hal baik, maka itu sangat sesuai dengan nilai dan norma yang ada dan justru itu bisa dijadikan sebagai media dalam mengajarkan tentang norma.”

Meskipun ditengah kerasnya arus media digital dalam proses penyebaran informasi, akan tetapi kesadaran pihak pesantren bahwa pesantren harus tetap bisa mengendalikan informasi yang beredar. Kita harus bisa mengikuti perkembangan zaman, namun kita tidak boleh dikendalikan oleh zaman. Media digital bisa menjadi media untuk mengajarkan tentang nilai dan norma kepada generasi muda.

“Memanfaatkan media sosial ini sebagai media dakwah ini bagus sekali. Kalo kita mau dakwah hanya di mimbar saja, itu tidak akan efektif. Apalagi aktivitas dakwah ini adalah kewajiban bagi setiap muslim. Jadi meskipun kita tidak banyak ilmu agama, tetapi kita sering membagikan video-video dakwah itu kita juga dapat pahalanya.”³⁸

Kedua pernyataan di atas menunjukkan kesesuaian antara inovasi dengan nilai yang berlaku di lingkungan pesantren Al Hidayah Kaduaja. Pandangan keuntungan lainnya dari menggunakan media digital untuk dakwah, antara lain meningkatkan aksesibilitas. Media digital memungkinkan aksesibilitas yang luas dan cepat bagi para target audiens dakwah, baik secara geografis maupun demografis. Interaktivitas media digital memungkinkan interaksi *two-way* antara *Dai'* dan *Mad'u*, sehingga mempermudah proses pemahaman dan pertukaran informasi. Kustomisasi atau memodifikasi sesuatu agar sesuai dengan individu atau tugas tertentu. Hal ini memungkinkan penyesuaian isi pesan dakwah sesuai dengan kebutuhan dan preferensi target audiens. Misalnya, Al Hidayah dapat mengkustomisasi pesan dakwah dalam Bahasa Toraja yang sesuai dengan nilai-nilai budaya yang ada dalam masyarakat.

³⁸ Rahman, Pembina Santri Putra Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja, Tana Toraja, wawancara di Tana Toraja, 26 November 2022

Keuntungan lainnya adalah kecepatan penyampaian proses penyampaian pesan dakwah dan mempermudah penyebarluasan tanpa terhalangi oleh hambatan geografis. Dokumentasi isi pesan dakwah dengan sistem digitalisasi mempermudah dokumentasi dan arsip dari kegiatan dakwah untuk digunakan sebagai referensi dan sumber belajar bagi *mad,u*. Adanya keuntungan-keuntungan tersebut, dakwah melalui media digital dapat membantu memperluas jangkauan dan memperkaya proses dakwah.

“Jadi, salah satu yang menjadi kendala kita di sini untuk menggunakan media digital yakni ada pada sumber daya manusia di Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja ini yang masih kurang ilmunya di bidang IT. Kal untuk sekedar akses iformasi, mereka jago semua tapi kalo untuk memproduksi itu masih kurang.”³⁹

Pernyataan di atas menunjukkan bahwa untuk mengadopsi inovasi penggunaan media digital memang agak sulit, karena dalam produksi konten digital melalui proses yang agak rumit. Namun, tingkat kerumitan inovasi penggunaan media digital ini tergantung dari individu itu sendiri. Selain itu juga orang yang senang dengan proses produksi konten digital.

“Yang jadi kendala di sini itu, yah jelek sekali jaringan internet. Jadi kalo kita mau menerapkan ini penggunaan media digital di sini agak sulit. Tapi itu bukanlah kendala bagi kami kare itu semua ada jalan keluarnya. Di sini juga, masih ada beberapa tempat yang bagus jaringan dan masih bisa dipake nonton youtube. Jadi kalo mau upload video lagi, itu kita pergi lagi ke situ”⁴⁰

Kendala yang lain dalam prose adopsi inovasi penggunaan media digital yaitu sulitnya akses jaringan internet di sekitar Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja. Tapi, itu bukan masalah yang besar bagi orang yang selalu berusaha mencari solusi setiap ada masalah. Yang diperlukan adalah kemauan dan tekad mengadopsi inovasi yang bisa membuat satu kelompok atau sistem sosial itu berkembang. Dua pernyataan di atas merupakan karakteristik

³⁹Ramli Parewa, Kepala Madrasah Tsanawiyah Al Hidayah Kaduaja Tana Toraja, wawancara di Tana Toraja, 26 November 2022

⁴⁰Awal Sukry, Kepala Madrasah Aliyah Al Hidayah Kaduaja Tana Toraja, wawancara di Toraja, 26 November 2022

inovasi penggunaan media digital pada Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja yakni kompleksitas atau kerumitan.

c. Tahap Pembuatan Keputusan

Pada tahap ini, anggota dari suatu sistem sosial mulai menentukan pilihan menolak atau menerima inovasi hingga pada akhirnya meneghasilkan keputusan. Pada tahap ini, Pondok Pesantren Al Hidayah memutuskan untuk mengadopsi inovasi penggunaan media digital sebagai media penyebaran informasi dan media dakwah.

“Jadi, ketika kita mendapat tawaran untuk diadakan training ini, secara langsung kami menerima tawaran ini. Tidak dapat dipugkiri bahwa hal ini merupakan sangat penting. Di sisi lain juga ini sudah menjadi tuntutan pemerintah untuk menerapkan sistem madrasah digital.”⁴¹

Wawancara di atas menunjukkan sikap memutuskan untuk mengadopsi inovasi media digital sebagai sarana menyebar informasi dan konten dakwah. Bagi pimpinan pondok pesantren Al Hidayah, inovasi ini sangat berpotensi membawa perubahan bagi pesantren. Selain itu, pihak dari Kanwil Kemenag Provinsi Sulawesi Selatan sangat tertarik dengan adanya kegiatan ini

“Ketika Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja telah memulai itu, kami di Bidang Pontren memang dikirimkan link beritanya. Di situ kemudian kami belajar dan kami melihat, kemudian pimpinan mengamanahkan kami untuk sampai melihat perkembangan yang begitu baik dari pimpinan itu menyampaikan bahwasanya ambil semua yang bagus, adopsi itu untuk kemudian kita sampaikan kepada pesantren yang lain.”⁴²

Ini juga menunjukkan bahwa inovasi yang diadopsi oleh pondok pesantren Al Hidayah Kaduaja tidak hanya diapresiasi dengan perkataan, tetapi ini juga menjadi rujukan bagi Kanwil Kemenag Provinsi dan akan diadopsi lalu kemudian disampaikan kepada pesantren yang lain.

⁴¹Ramli Parewa, Kepala Madrasah Tsanaiyah Al Hidayah Kaduaja Tana Toraja, wawancara di Tana Toraja, 26 November 2022

⁴² Mujahid Dahlan, Kepala Bidang Pendidikan Diniyah Takmiliah Pondok Pesantren Kemenag Sulawesi Selatan, wawancara di Tana Toraja, 28 November 2022

Fungsi keputusan memainkan peran penting dalam menerima inovasi, karena memengaruhi bagaimana seseorang bereaksi terhadap inovasi dan memutuskan untuk menerima atau menolaknya. Fungsi keputusan dalam menerima inovasi terhadap penerimaan inovasi diantaranya untuk (1) melakukan evaluasi dan penilaian terhadap inovasi untuk memahami manfaat dan potensi dampak yang ditawarkan. (2) keputusan dapat menentukan tingkat mempertimbangkan dampak positif dan negatif yang mungkin timbul dari menerima inovasi. (3) keputusan dilakukan dengan mempertimbangkan kompatibilitas inovasi dengan gaya hidup, nilai, dan kebutuhan pribadi dan kelembagaan. (4) kondisi finansial dan fasilitas menjadi salah satu pertimbangan dalam menerima konsekuensi inovasi, seperti biaya pembelian atau pemeliharaan. Keputusan yang telah ditempuh oleh pesantren dalam membangun sistem digitalisasi melalui dampingan dari lembaga lain memungkinkan penerimaan inovasi tanpa mempertimbangkan kendala finansial.

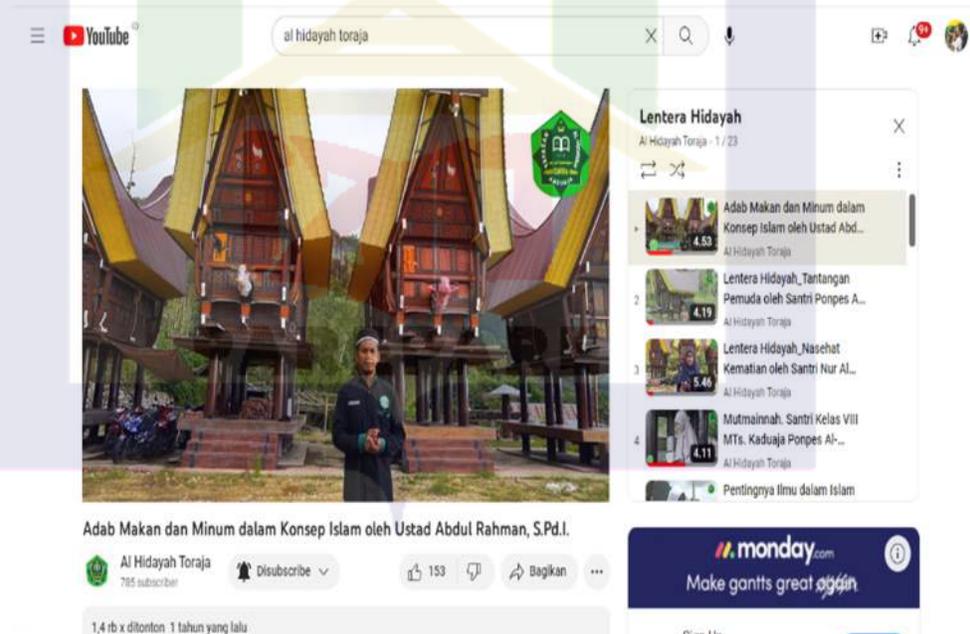
d. Tahapan *Impelmentation* (Impelementasi)

Pada tahap ini, pondok pesantren Al Hidayah mulai menggunakan media digital ini dalam menyampaikan informasi dan konten dakwah. Implementasi inovasi adalah proses mengintegrasikan dan menerapkan ide inovatif dalam praktik atau sistem yang ada. Berikut terdapat beberapa langkah dalam proses implementasi inovasi melalui identifikasi kebutuhan. Menentukan masalah atau kebutuhan yang ingin diatasi dengan inovasi.

Proses implementasi inovasi membutuhkan komitmen dan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pembuat kebijakan. Suksesnya implementasi inovasi tergantung pada bagaimana baiknya rencana dan strategi tersebut dilaksanakan dan dipantau.

“Jadi yang kami lihat setelah diadakan ini latihan, kita upload beberapa video dakwah dan video nasyid anak-anak didik kami yang pernah ikut lomba. Kebetulan ini dokumentasinya masih kami simpan, maka itulah yang akhirnya kita kasih masuk youtube. Beberapa hari setelah diupload, itu langsung penontonya meningkat. Jadi setiap ada lomba itu, apakah itu lomba nasyid, lomba qasidah, lomba kultum, atau lomba MSQ itu selalu kami video untuk dikasi masuk di yotube.”⁴³

Pengelola pondok pesantren aktif membuat konten dakwah pada channel youtube Al Hidayah Toraja. Channel youtube Al Hidayah Kaduaja juga sangat mendapat perhatian dari pemirsanya. Banyak diantara penontonnya yang merespon positif setiap konten yang diunggah pada kolom komentar. Selain itu, ada juga website yang digunakan sebagai media menyebarkan informasi berupa berita. Dalam website juga ditampilkan beberapa program dan kontak yang bisa dihubungi ketika ingin mencari informasi tentang Pondok Pesantren Al Hidayah.



Gambar 4: Konten Dakwah Digital Al Hidayah

⁴³ Awal Sukry, Kepala Madrasah Aliyah Al Hidayah Kaduaja, wawancara di Pesantren Al Hidayah Toraja, 26 November 2022

Dari gambar di atas bisa kita lihat bahwa penyebaran dakwah melalui media digital sangat berpengaruh. Dilihat dari jumlah penontonnya yang lebih dari seribu penonton menunjukkan bahwa hanya dengan membuat konten dakwah kemudian disebar ke jagat maya bisa menjangkau banyak orang. Ini juga menandakan bahwa dakwah tidak lagi terhalang oleh dinding mesjid, tidak lagi dipengaruhi oleh ruang dan waktu. Orang bisa mengakses konten dakwah dimana saja dan kapan saja, selama di lokasi itu ada akses jaringan internet.

Pesan-pesan dakwah dikemas dalam bentuk ceramah Islam, lagu-lagu Islami, pembacaan ayat suci Al Quran, dan aktivitas dakwah melalui liputan wisata dakwah. Sejak peluncuran channel youtube dengan ceramah agama oleh santri dan guru sebanyak tiga belas konten (13) telah mendapatkan views ribuan, berikut tabel atensi penonton pada ceramah agama:

Tabel 2: Daftar pesan dakwah digital dan jumlah atensi *mad'u*

No	Click Bait	Jumlah Penonton	Durasi menonton
1	Nasehat Kematian	1.148	32 Jam
2	Tantangan Pemuda	646	12,9 Jam
3	Adab Makan dan Minum dalam Islam	1.429	38,7 Jam
4	Pentingnya Ilmu dalam Islam	502	12,6 Jam
5	Wisata Dakwah	191	9,6 Jam
6	Meraih Kebahagiaan Dunia dan Akhirat	176	4,7 Jam
7	Mewujudkan generasi yang cerdas, dan berakhlakul karimah	641	27,3 Jam

8	Abrar Mubaraq (Peserta Pidato pada Kegiatan Porsadin V Tk. Provinsi Sulawesi Selatan)	161	3,2 Jam
9	Azizah Azzahra (Peserta Pidato Porsadin Tk Provinsi Sulawesi Selatan)	437	11,8 Jam
10	Ust. Rahmann Kewajiban Menuntut Ilmu	139	3,2 Jam
11	Jatima Memanfaatkan Potensi yang dimiliki Manusia	228	4,7 Jam
12	Sadia Memanfaatkan Waktu	260	5,3 Jam
13	Ust. Abdul Rahman di Lamasi Luwu Timur	191	9,6 Jam
Jumlah		6.149	159,6 Jam

Sumber: Diolah dari Data Penelitian tahun 2022

Data di atas menggambarkan trend atensi *mad'u* terhadap inovasi dakwah digital dalam kurun waktu satu tahun telah mendapatkan 6.149 penonton dengan durasi 159,6 jam tayang. Hadirnya pengembangan dakwah digital tersebut dapat memberikan nuansa baru dalam strategi penyebaran dakwah Islam di Tana Toraja. Hal ini dilihat sebagai hala yang membantu pesantren dalam melakukan aktivitas dakwah.

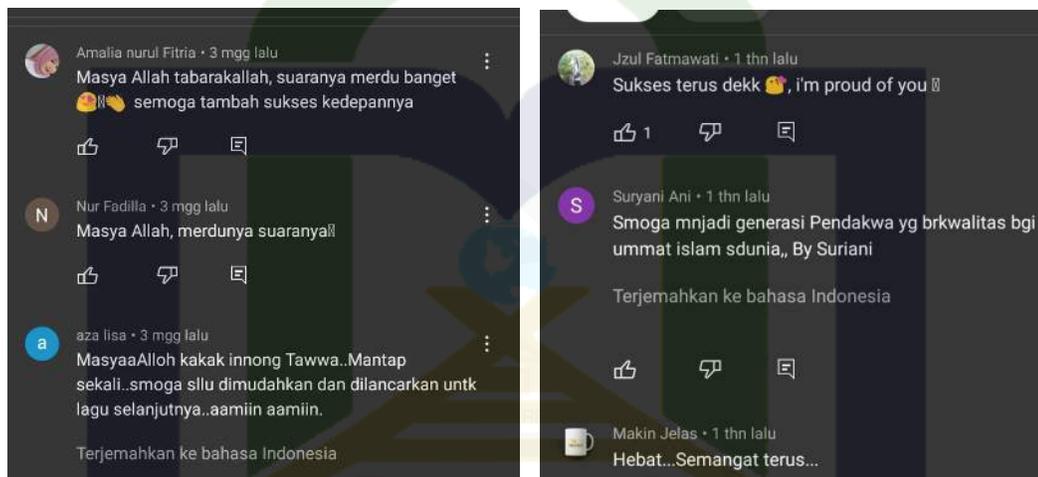
“Dengan adanya media digital ini menurut saya akan lebih membantu dalam berbagai hal, seperti sebagai media untuk menyampaikan bahan ajar dan yang saat ini paling banyak digunakan juga itu sebagai media dakwah. Ini juga bisa jadi alternatif ketika kita sedang tidak sempat untuk masuk mengajar. Jadi bisa disiapkan memang bahan ajarnya dalam bentuk video sebelum masuk waktu mengajar.”⁴⁴

Pernyataan di atas meunjukkan bahwa informan telang mengimplementasikan inovasi media digital ini pada proses pembelajarannya,

⁴⁴ Syarifuddin, Guru Madrasah Tsanawiyah Al Hidayah Kaduaja Tana Toraja, wawancara di Tana Toraja, 27 November 2022

meskipun itu hanya digunakan pada saat tidak sempat hadir langsung di dalam kelas untuk mengajar.

Menurut Mc Quail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa mengemukakan ciri utama media baru yaitu adanya hubungan timbal balik, akses terhadap khalayak individu sebagai penerima dan bisa juga sebagai pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter terbuka, serta bersifat ada dimana mana.⁴⁵

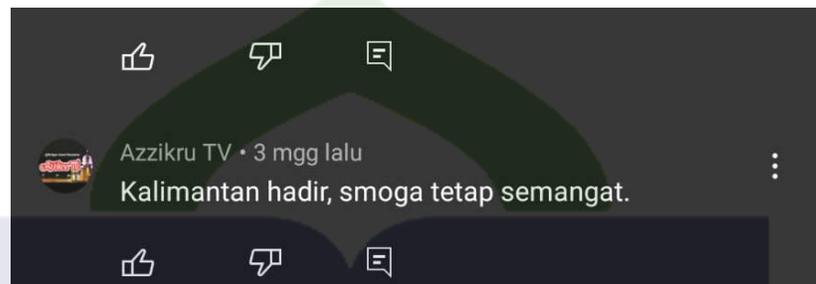


Gambar 5: Umpan balik khalayak

Pada kolom komentar di atas menunjukkan salah satu ciri dari media baru, yakni khalayak bisa berada pada posisi penerima pesan dan bisa juga berada pada posisi sebagai pengirim pesan. Situasi khalayak sebagai penerima pesan terjadi ketika khalayak menonton konten dari channel Al Hidayah Kaduaja, adapun situasi ketika khalayak berada pada posisi sebagai pengirim pesan yakni pada saat mereka mengirimkan pesan melalui kolom komentar. Sesama penonton juga meron yang bisa saling berbalas komentar.

⁴⁵ Fitri Norhabiba dan Sukma Ari Ragil Putri, 'Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya', *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol.7, No.1 (2018)

Media baru juga bisa memiliki kegunaan yang beragam. Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa orang-orang merasakan manfaat media baru (digital) sebagai sumber pencerahan atau untuk mendapatkan konten dakwah. Ada pula yang menjadikan ini sebagai media hiburan dengan lagu nasyid yang diunggah ke channel youtube Al Hidayah.



Gambar 6: Khalayak Pesan Dakwah Digital yang mudah tersebar

Pada gambar di atas menunjukkan ciri media baru yang lainnya yakni bersifat ada dimana-mana. Maksudnya adalah dimanapun individu itu berada, tetap bisa mengakses informasi dari jarak jauh tanpa dibatasi oleh jarak geografis. Semua khalayak dapat mengakses tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

“Itu juga kalo ada berita penting, kita kasi masuk di website beritanya kemudian itu disebar. Macam kemarin itu waktu kita launching website, kita masukkan di website ini sebagai berita pertama dan langsung bisa tembus sampai Kemenag Provinsi. Kita juga menuntut guru-guru disini untuk bisa menulis berita, supaya bukan cuma saya saja yang menulis berita. Jadi itu kalo ada lomba yang baru diikuti dan kita dapat juara, nah itu penting untuk kita beritakan.”⁴⁶

Pimpinan Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja menuntut kepada guru-guru untuk belajar dan bisa menulis berita. Dengan adanya skill menulis berita yang dimiliki oleh guru-guru, ini bisa menunjang dalam penyebaran informasi mengenai pondok pesantren. Pengelola Pondok Pesantren Al Hidayah menulis berita setiap ada kegiatan yang diadakan oleh pondok

⁴⁶ Awal Sukry, Kepala Madrasah Aliyah Al Hidayah Kaduaja, wawancara di Pesantren Al Hidayah Toraja, 26 November 2022

pesantren. Hal ini tentunya bertujuan agar memberi informasi kepada khalayak luas bahwa ada Pondok Pesantren di Toraja. Selain itu ini juga



Gambar 7: Salah Satu Berita di Situs Website Al Hidayah

bertujuan sebagai kontrol sosial dan penyambung informasi kepada lembaga terkait yang menaungi yakni Kementerian *Agama Provisi* bahwa Pondok Pesantren ini sangat aktif dalam berkegiatan. Ini nantinya akan berdampak pada peluang Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja bisa mendapat bantuan operasional.

e. *Confirmation* (Konfirmasi)

Tahap konfirmasi adalah tahap setelah keputusan itu dibuat. Seseorang kemudian akan mencari alasan tentang keputusannya mengadopsi inovasi. Dalam penelitian ini, pengelola Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja tidak melakukan tahap ini. Mereka secara bulat memilih media digital sebagai inovasi dalam menyebarkan informasi dan konten dakwah.

2. Kategori Adopter Pondok Pesantren dalam menerima inovasi dakwah digital Tana Toraja

Sebuah inovasi dalam proses difusi oleh penerima ide perubahan yang disebut dengan adopter, dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: derajat keinginan untuk mencoba hal-hal baru, semakin tinggi tingkat persuasi terhadap

ide tersebut maka semakin membuka ruang bagi terwujudnya perubahan sebab kelompok masyarakat terbuka atau innovativeness. Faktor lain adalah kemampuan untuk berubah untuk menyesuaikan diri dengan perubahan dan mengatasi hambatan yang mungkin muncul saat menerima inovasi. Dimana setiap inovasi akan diperhadapkan dengan keterbatasan-keterbatasan baik materi maupun non materi.

Tingkat interaksi innovator dengan lingkungan dan rekan-rekannya juga sangat memengaruhi penerimaan atau penolakan terhadap inovasi. Berdasarkan data observasi, pada dua pesantren Tana Toraja yang mencoba melakukan inovasi dakwah digital masing-masing memiliki karakteristik. Pada Pesantren Al Hidayah kelompok inovatornya adalah direktur dan kepala sekolah Madrasah Aliyah, dimana posisi dalam interaksi memiliki hirarki hubungan dengan seluruh guru-guru dan tenaga Pendidikan sehingga penerimaan inovasi oleh seluruh anggota kelompok dibawah kontrol innovator (direktur dan kepala sekolah). Sedangkan pada pesantren Pembangunan Muhammadiyah Ge'tengan, inovatornya adalah salah satu kepala sekolah karena terjadi masa transisi kepemimpinan pimpinan Yayasan. Hubungan innovator dengan seluruh anggota kelompok di Pesantren PPM setara dan hanya pada sekolah (SMK) yang dipimpin innovator yang terjadi hubungan hirarkis. Hal ini berdampak pada lemahnya hubungan kontrol antara innovator dan anggota kelompoknya.

Tingkat kebutuhan terhadap inovasi dan bagaimana inovasi memenuhi kebutuhan tersebut menjadi faktor yang sangat memengaruhi diterima atau ditolaknya sebuah inovasi. Kedua pesantren sama-sama memiliki pengetahuan dan tingkat persuasi terhadap inovasi dakwah digital, sehingga awal inovasi diuji coba sama-sama menerima dan menguji coba pada tahun 2021.

“literasi dakwah digital ini sangat bagus. Ini adalah inovasi yang meski dikembangkan dalam pesantren, karena ini telah dijelaskan juga dalam Al Quran jauh sebelumnya tentang perpindahan informasi dakwah dalam waktu yang sekejap. Seperti dalam Al Quran telah diumpamakan dalam Surah An-Naml ayat 40, tentang pentingnya ilmu dalam membuat suatu

perubahan, dan ilmu itu membantu kita dalam melakukan perubahan dalam dakwah dengan cepat dan dakwah digital ini adalah inovasi yang harus kita pelajari.⁴⁷

Pernyataan tersebut dapat menjelaskan bahwa pada dasarnya, kalangan pondok pesantren menyadari bahwa pengembangan dakwah digital telah menjadi sebuah tuntutan dan kebutuhan dalam memperluas diseminasi dakwah Islam. Kebutuhan ini sejalan dengan perkembangan teknologi, sehingga disadari pula bahwa terdapat syarat yang harus terpenuhi dalam mengimplementasikannya yakni adanya ilmu yang dimiliki dimana dibutuhkan kemampuan dalam menyusun pesan-pesan dakwah yang bisa mencerahkan pemahaman keagamaan khalayak, dan harus didukung pula oleh kemampuan atau skill mengemas pesan dakwah dalam bentuk produksi digital agar mudah disebarkan dalam waktu singkat.

Selain faktor-faktor tersebut, karakteristik adopter jika merujuk pada teori Roger (1983) menjelaskan dalam menerima suatu inovasi ada beberapa tipologi penerima antara lain: *Innovator*, *Early Adopters*, *Early Majority*, *Laggard*. Difusi inovasi dakwah digital pesantren di tana Toraja dapat dikenali pula beberapa karakteristik tersebut.

a. *Innovator* dakwah digital Pesantren Al Hidayah

kelompok orang yang berani dan siap untuk mencoba hal-hal baru. Dalam lingkup pesantren Al Hidayah Kaduaja, yang bisa dikategorikan sebagai inovator adalah Direktur Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja dan Kepala Madrasah Aliyah Al Hidayah Kaduaja, yang menjadi pertimbangan mereka dikategorikan sebagai inovator karena mereka selalu ingin mencoba hal-hal baru. Salah satunya adopsi inovasi penggunaan media digital pada Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja.

⁴⁷ Mahalani Sabai, Direktur pesantren Pembangunan Muhammadiyah Ge'tengan.

“Melihat perkembangan zaman ini sudah luar biasa, kalo kita tidak ada kerja sama dengan perguruan tinggi, kita tidak bisa maju dan akan begini-begini saja. Banyak itu yang bertanya-tanya dari Madrasah lain, kenapa itu Al Hidayah kencang sekali pergerakannya. Saya bilang, itu karena kami bekerja sama dengan perguruan tinggi, sehingga kami bisa lebih maju di bidang IT. Karena kalo kita kerja sama dengan perguruan tinggi itu, mereka bisa salurkan ilmunya. Sedangkan, kita ini butuh ilmunya. Yang kedua, kita juga sudah punya referensi untuk peserta didik kami yang akan melanjutkan ke perguruan tinggi.”⁴⁸

Pernyataan di atas menunjukkan ciri-ciri seorang adopter yakni siap untuk mencoba hal baru. Meskipun cukup disadari terdapat berbagai hambatan dalam mencoba inovasi namun mencari mitra dalam mewujudkan inovasi tersebut. Ini menjadi ciri lainnya yakni mereka cenderung mencari partner yang berada di luar sistem mereka untuk bisa memulai tahapan proses inovasi.

“Jadi dulu itu, kalo saya lihat video-videonya orang di youtube seperti video menyanyi atau video ceramah. Selalu saya pikir, bagaimana caranya buat seperti ini. Karena kami di sini, tidak punya pengetahuan bagaimana aranya itu dibuat. Yang kami bisa hanya nonton saja. Makanya itu, pas ada tawaran dari Ibu untuk diadakan ini kegiatan training, langsung kami sambut karena ini yang kami tunggu-tunggu sejak dulu. Meskipun di daerah ini masih sulit akses jaringan, tapi ndak mungkin selamanya tidak bagus akses jaringan internet. Apa lagi sekarang itu, ada tower yang mau dibangun. Itu sudah tanda-tanda akan ada jaringan internet di sini.”⁴⁹

Pernyataan diatas menunjukkan bahwa inovator berani mengambil keputusan dengan segala tantangannya. Inovator disini sadari bahwa ketika akses jaringan internet sudah stabil, maka Pondok Pesantren Al Hidayah sudah siap dan telah memiliki bekal untuk memanfaatkan akses jaringan internet dengan maksimal. Inovator ini mempunyai sifat yang optimis dan

⁴⁸Syafruddin, Direktur Ponpes Al Hidayah Kaduaja Tana Toraja, wawancara di Toraja, 27 November 2022

⁴⁹Awal Sukry, Kepala Madrasah Aliyah Al Hidayah Kaduaja Tana Toraja, wawancara di Toraja, 26 November 2022

yakin terhadap keputusan yang diambil. Hal ini juga termasuk ciri dari seorang inovator.

b. *Early Adopters* inovasi dakwah digital pada pesantren di Tana Toraja

Adalah mereka yang berpengaruh dan lebih dulu memiliki banyak akses karena mereka memiliki orientasi yang lebih ke dalam sistem sosial. Dalam Pondok Pesantren Al Hidayah, informan yang memiliki ciri-ciri seorang adopter juga memiliki ciri seorang *early adopter* yakni sebagai *opinion leader* di lingkungan pesantren dan orang yang paling dihormati dan disegani di lingkungan pesantren. Mereka adalah direktur Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja dan Kepala Madrasah Aliyah Al Hidayah Kaduaja.

Earlry adopter adalah mereka yang berpikir selangkah lebih maju. Mereka biasanya orang yang pragmatis, nyaman dengan ide yang maju, tetapi mereka tidak bertindak tanpa pembuktian yang nyata tentang keuntungan yang mereka dapatkan dari sebuah produk baru.

“Pak Barto itu mudah sekali dia pahami kalo ada seperti ini, dan memang dia itu orangnya tinggi sekali rasa penasarannya. Jadi kalo ada na kerja itu tapi ndak di dapat solusinya, tidak dia tinggalkan itu pekerjaannya kalo tidak selesai. Tapi kalo dia sudah mentok, dia pulang dulu isitrahah dan besok lagi dilanjut. Dia itu suka sekali noton-nonton video-video petunjuk di youtube, jadi kalo ada dikerja itu dan ada yang bermasalah, dia cari itu solusinya di youtube.”⁵⁰

Pernyataan di atas menandakan karakteristik dari seorang *early majority* yakni orang yang selalu berpikir kedepan. Senang mempelajari ide dan baru. Mereka sering berinteraksi dengan orang disekitarnya untuk bertukar pikiran dan mendapatkan ide yang baru. Orang yang disebutkan oleh informan bukanlah seorang yang memiliki pengaruh dan bukan pula *opinion leader*.

⁵⁰ Awal Sukry, Kepala Madrasah Aliyah Al Hidayah Kaduaja Tana Toraja, wawancara di Tana Toraja, 26 January 2022

“Saya biasanya cari-cari tutorial di youtube kalo mau belajar edit-video atau belajar desain. Cuma itu kadang kalo ada kesulitan lagi pas ngedit video, saya pulang dulu untuk dapat akses jaringan supaya bisa nonton tutorial di youtube. Menurut saya, ilmu ini IT ini penting sekali dipelajari, karena ini sesuatu yang dibutuhkan orang dalam memperkenalkan lembaganya.”⁵¹

Pernyataan di atas menunjukkan salah satu dari ciri-ciri seorang *early adopter* yakni suka dengan mempelajari dengan ide baru. Memfasilitasi diri untuk bisa belajar baik secara otodidak dengan menggunakan beberapa alternatif. Ciri yang lainnya adalah dia akan sangat berhati-hati ketika dia mengadopsi sebuah inovasi, akan tetapi ketika dia sudah memastikan keuntungan dari sebuah inovasi, kelompok tersebut akan berusaha bagaimana agar inovasi ini bisa dimanfaatkan seara maksimal.

“Menurut saya, inovasi penggunaan media digital ini sangat bermanfaat, tapi saya tidak punya ilmu di bidang ini. Mau belajar, tapi ndak ada waktu juga untuk pelajari itu. Nanti lebih banyak waktu dihabiskan untuk belajar ilmu itu, jadi mungkin nantilah kalo ada waktu yang agak longgar baru belajar sedikit-sedikit”⁵²

Pernyataan di atas menunjukkan ciri dari *early majority* yakni senang dengan adanya inovasi, akan tetapi masih tetap mempertimbangkan keuntungan yang di dapat dengan pengorbanan yang dilakukan. Keterangan lain disampaikan oleh guru lain sebagai berikut.

“Saya sangat mau belajar desain juga, tapi masih belajar sedikit-sedikit, karena nanti kalo terlalu diseriusi takutnya tertinggal tertinggal jam pelajaran. Apalagi kalo tiba masmusia penginputan nilai tidak ada lagi kesempatan untuk belajar itu.”

Pernyataan di atas menunjukkan ketertarikan terhadap inovasi penggunaan media digital, akan tetapi dia tidak bisa meluangkan waktu untuk mempelajarinya. Ini merupakan pertimbangan dari salah satu guru yang mengajar di Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja.

⁵¹ Barto, Kordinator Bidang Media Ponpes Al Hidayah Kaduaja Tana Toraja, wawancara di Tana Toraja, 27 November 2022

⁵² Juherni, Guru Bidang Studi Bahasa Inggris MA Al Hidayah Kaduaja Tana Toraja, wawana di Tana Toraja, 27 November 2022

c. *Late Majority* inovasi dakwah digital

Orang dari kategori ini adalah mereka yang konservatif pragmatis yang sangat membenci resiko serta tidak nyaman dengan ide baru sehingga mereka belakangan mendapatkan inovasi setelah mendapatkan contoh. Dilihat dari karakteristiknya, tidak terdapat kategori ini dalam lingkup Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja, demikian pula pada pesantren Pembangunan Muhammadiyah. Masalah kendala yang dihadapi bukan pada tahapan persuasi namun keterampilan.

d. *Laggards* inovasi dakwah digital di pesantren

Golongan Laggard adalah golongan akhir yang memandang inovasi atau sebuah perubahan tingkah laku sebagai sesuatu yang memiliki risiko tinggi. Dalam lingkungan Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja tidak terdapat orang yang memiliki ciri ciri dari seorang laggard.

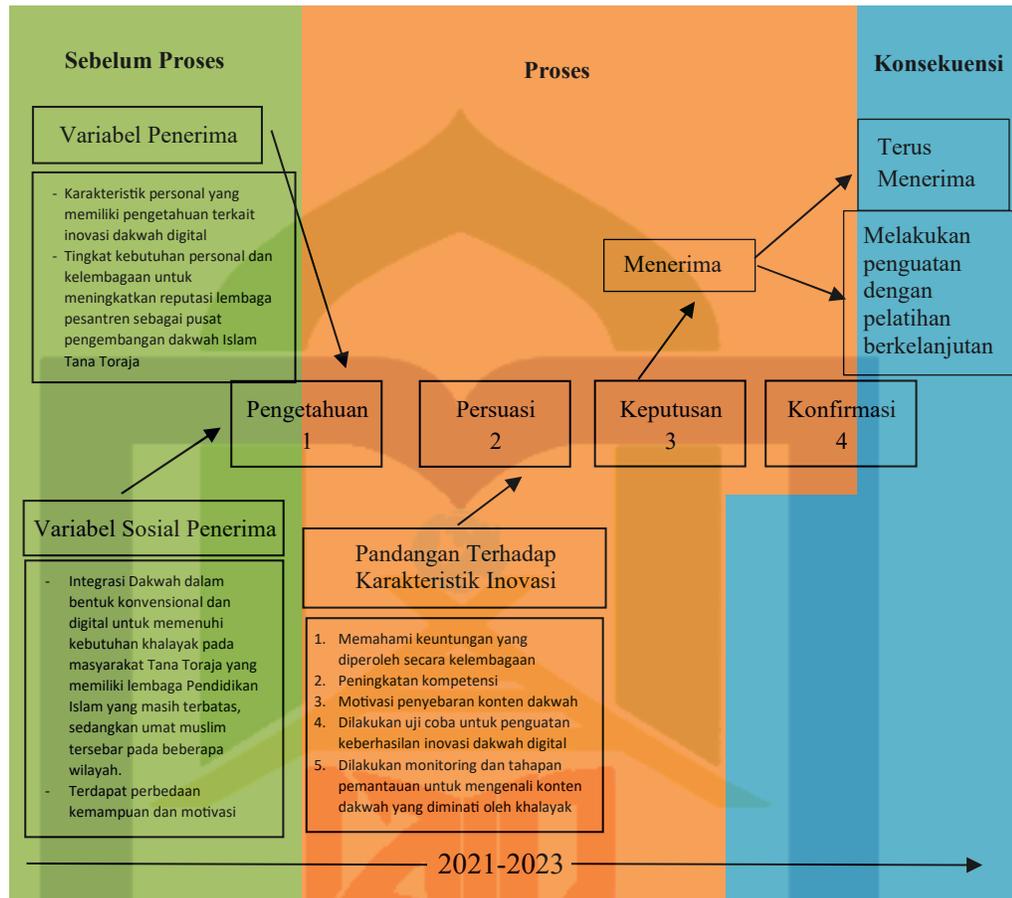
B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Proses Difusi Inovasi dalam Penyebaran Dakwah Islam pada Pesantren Di Tana Toraja

Proses difusi inovasi merupakan proses penyebaran atau penyebarluasan suatu ide, gagasan, atau inovasi baru ke dalam masyarakat atau lingkungan tertentu. Ini terjadi melalui komunikasi antar individu dan jaringan sosial, dan bisa memakan waktu bertahun-tahun untuk tersebar luas. Faktor-faktor seperti kepercayaan, kebiasaan, dan resistensi terhadap perubahan dapat memengaruhi tingkat dan kecepatan difusi ide baru.

Proses difusi dakwah digital pada pesantren di Tana Toraja telah melewati berbagai tahapan proses sejak dimulai pada tahun 2022, meliputi tahapan membangun pengetahuan, meningkatkan persuasi dengan memahami berbagai

keuntungan penerapan inovasi, penentuan keputusan, dan konfirmasi. Hal tersebut dapat digambarkan pada bagan berikut.



Gambar 8: Proses Adaptasi inovasi dakwah digital Pesantren Di Tana Toraja

2. Karakteristik adopter dalam adopsi dakwah digital di pesantren Tana Toraja.

Berbagai karakteristik kelompok penerima adopter dalam menerima inovasi dakwah digital. Pada kelompok pesantren di Tana Toraja semua memiliki pengetahuan dan persuasi yang sama dalam menerima inovasi tersebut. Namun proses keputusan dan proses implementasi membutuhkan proses yang harus dilangsungkan secara bertahap. Sebab sebuah inovasi harus didukung oleh ilmu dan keterampilan yang memadai. Hal ini telah dijelaskan dalam Al Quran Surah Al An Am ayat 40.

قَالَ الَّذِي عِنْدَهُ عِلْمٌ مِّنَ الْكِتَابِ أَنَا آتِيكَ بِهِ قَبْلَ أَنْ يَرْتَدَّ إِلَيْكَ طَرْفُكَ فَلَمَّا رآهُ مُسْتَقِرًّا عِنْدَهُ قَالَ هَذَا مِنْ فَضْلِ رَبِّي لِيَتْلُوَنِي
ءَأَشْكُرُ أَمْ أَكْفُرُ وَمَنْ شَكَرَ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ رَبِّي غَنِيٌّ كَرِيمٌ (٤٠)

Terjemahnya :

“Seorang yang mempunyai ilmu dari Kitab berkata, “Aku akan membawa singgasana itu kepadamu sebelum matamu berkedip.” Maka ketika dia (Sulaiman) melihat singgasana itu terletak di hadapannya, dia pun berkata, “Ini termasuk karunia Tuhanku untuk mengujiku, apakah aku bersyukur atau mengingkari (nikmat-Nya). Barangsiapa bersyukur, maka sesungguhnya dia bersyukur untuk (kebaikan) dirinya sendiri, dan barangsiapa ingkar, maka sesungguhnya Tuhanku Mahakaya, Mahamulia.”⁵³

Karakteristik adopter yang memiliki kecenderungan ingin belajar dalam menerima inovasi merupakan karakteristik yang menentukan apakah sebuah inovasi dapat berlangsung secara berkelanjutan. Inovasi dakwah digital sejak dimulai tahun 2021 secara bertahap mengalami perbaikan dan terus dipertahankan oleh adopter di pesantren Al Hidayah Kaduaja.

⁵³ Departemen Agama. Rujukan Al-Qur'an dan Terjemahnya: Q.S. An-Naml/27:40

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penggunaan media digital saat ini adalah suatu hal yang lumrah dan sangat marak dijumpai di tengah masyarakat. Setiap hari dan bahkan setiap saat masyarakat menggunakan media digital dalam mencari informasi. Pengguna media digital terdiri dari banyak kalangan di antaranya orang dewasa, remaja, hingga anak-anak. Salah satu bentuk media digital yang banyak digunakan dalam menyampaikan informasi yakni website dan youtube. Dalam memanfaatkan media digital sebagai media dakwah merupakan inovasi yang mencoba di difusikan pada pesantren di Tana Toraja. Atas inovasi tersebut dihasilkan simpulan penelitian sebagai berikut:

1. Pondok pesantren Al Hidayah Kaduaja mengambil keputusan mengadaptasi inovasi penggunaan media digital untuk menyebarkan informasi dan memanfaatkannya sebagai media dakwah. Pondok Pesantren Al Hidayah memulai mengadopsi inovasi dengan tahapan membangun pengetahuan, meningkatkan persuasi, melakukan keputusan dan konfirmasi. Tahap pengetahuan melalui *fokus group discussion* dan memberikan materi yang direview dari hasil-hasil penelitian dan teori-teori terkait urgensi pengembangan dakwah digital seiring meningkatnya pemanfaatan media digital pada semua kalangan. Proses persuasi dengan memberikan mapping dan gambaran keuntungan yang dapat diperoleh dengan penerapan dakwah digital untuk meningkatkan performa pesantren dalam meningkatkan eksistensinya sebagai lembaga dakwah Islam di Tana Toraja serta keuntungan pesantren dalam memperoleh kredibilitas dan reputasi pesantren, meskipun awalnya hanya berupa prediktif namun secara bertahap prediksi keuntungan tersebut telah dirasakan. Perhatian berbagai pihak didapatkan pesantren. Keputusan dengan melakukan Kerjasama dengan prodi KPI IAIN Parepare untuk melakukan proses peningkatan keterampilan penguasaan skill produksi konten

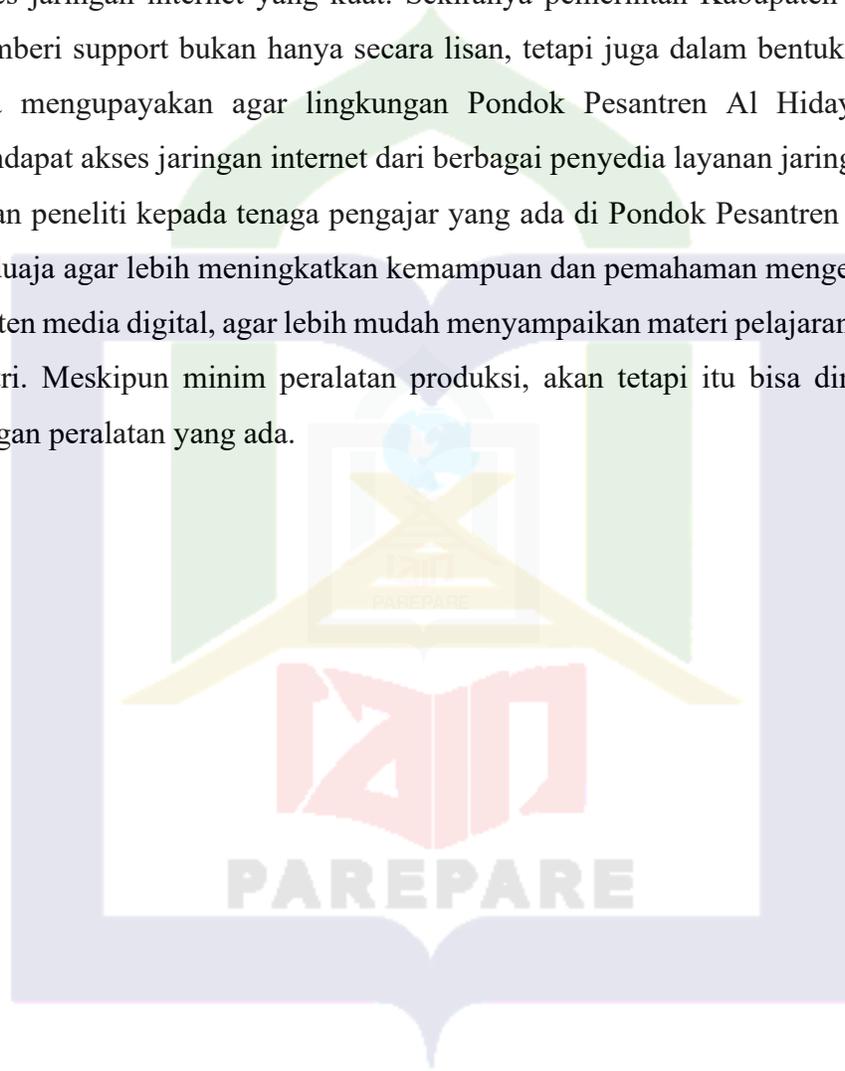
dakwah digital. Konfirmasi dilakukan dengan mempelajari berbagai feedback baik dalam interaksi nyata maupun interaksi melalui virtual dengan mengkaji atensi khalayak.

2. Pondok Pesantren Al Hidayah sangat antusias dalam mengadopsi inovasi penggunaan media digital. Hal ini dikarenakan pengelola Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja menyadari betapa pentingnya mengadopsi inovasi penggunaan media digital dalam memperkenalkan program-program yang ada di Pondok Pesantren. Adopsi inovasi penggunaan media digital ini juga sangat disambut oleh tenaga pengajar yang ada di Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja. Adanya inovasi ini juga mendapat dukungan dari pemerintah, mulai dari Kemenag Tana Toraja sampai pada Kemenag Provinsi Sulawesi Selatan. Dalam proses mengadopsi inovasi penggunaan media digital, ada beberapa kesulitan yang dialami yakni, kurangnya pengetahuan tentang proses produksi konten digital, sulitnya akses jaringan internet di lingkungan pesantren, serta minimnya peralatan yang mendukung proses produksi konten digital. Bersama kesulitan itu, selalu ada kemudahan. Adanya adopsi inovasi penggunaan media digital di Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja membuat pemerintah berempati. Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Selatan memberi bantuan penguatan digital kepada Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja berupa tiga unit komputer dan satu unit laptop. Pimpinan Kemenag Provinsi Sulawesi Selatan berharap dengan adanya bantuan ini, mampu membuat Pondok Pesantren Al Hidayah lebih berkembang dan bisa menjadi contoh bagi pesantren lain untuk segera mengadopsi inovasi penggunaan media digital ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil setelah meneliti sebagai tindak lanjut penelitian ini maka diperoleh beberapa saran:

1. Sebagai pengelola Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja, harus lebih meningkatkan peralatan yang menunjang produksi konten digital demi menjalankan program Kementerian Agama “Program Madrasah Digital”.
2. Untuk Pemerintah Kabupaten Tana Toraja, sebagai inovasi yang membutuhkan akses jaringan internet yang kuat. Sekiranya pemerintah Kabupaten Tana Toraja memberi support bukan hanya secara lisan, tetapi juga dalam bentuk aksi dengan cara mengupayakan agar lingkungan Pondok Pesantren Al Hidayah Kaduaja mendapat akses jaringan internet dari berbagai penyedia layanan jaringan internet.
3. Saran peneliti kepada tenaga pengajar yang ada di Pondok Pesantren AL Hidayah Kaduaja agar lebih meningkatkan kemampuan dan pemahaman mengenai produksi konten media digital, agar lebih mudah menyampaikan materi pelajaran kepada para santri. Meskipun minim peralatan produksi, akan tetapi itu bisa dimaksimalkan dengan peralatan yang ada.



DAFTAR PUSTAKA

Al Qur'an Al Karim

- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. 2019. *Pengantar Ilmu Dakwah* Surabaya: Qiara Media.
- Aji, Rustam, 'Digitalisasi Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital)', *Islamic Communication Journal Vol. 01, No.01* (2016)
- Arafat, Nida. 2019. "Difusi Inovasi Penggunaan Aplikasi Dakwah (Studi Fenomenologi pada Penggunaan Aplikasi Yaumi di Pesatren Luhur Salibussalam Ciputat)". Skripsi Sarjana; Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam: Tangerang Selatan .
- Arikunto, Suharismi. 1995. *Dasar – Dasar Research*. Bandung: Tarsoto
- Arip Ahmad, Keutamaan Mengerjakan dan Menyeru Manusia pada Kebaikan. <http://www.alirsyad.sch.id/read/156/www.alirsyad.sch.id> (25 Oktober 2018)
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Faiz In'aurrohman. 2019. Kesyubhatan TIK: Sisi Gelap dan Terang Penggunaan TIK Pada Literasi Digital Pondok Pesantren, *Medika Teknika: Jurnal Teknik Elektromedik Indonesia*, Vol. 01 No. 1
- Feroza, Cindie Sya'bania dan Misnawati, Desy, 'Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan', *Jurnal Inovasi Vol 14. No 1* (2020)
- Hootsuite, Indonesian Digital Report 2022, (<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>)
- Ismail, Ibnu. 2021 'Teknologi Informasi: Pengertian dan Peran Pentingnya di Dalam Bisnis'. accurate.id. <https://accurate.id/teknologi/teknologi-informasi> (diakses pada 28 November 2021).
- Kurnia, Novi, 'Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi', *Mediator Vol.6 No.2* (2005)

Laporan Survei Internet APJII 2019-2020

(<https://apjii.or.id/content/read/39/521/Laporan-Survei-Internet-APJII-2019-2020-Q2>)

Laraswati Anika. 2018. “Analisis Implementasi Guru Dalam Pelaksanaan Pembelajaran Tematik Di Sd Negeri 03 Cilangkap Kecamatan Gumelar Kabupaten Banyumas”. Skripsi Sarjana; Jurusan Pendidikan Guru Sekolah Dasar: Bumiayu.

Mayaloka, Iga. 2012. “Proses Adopsi Teknologi Komunikasi Pada Masyarakat Pedesaan (Studi pada masyarakat Dusun Sedayu Kidul Kecamatan Turen Kabupaten Malang)”. Skripsi Sarjana; Program Sudi Ilmu Komunikasi: Malang.

Morissan, *et al.*, eds., 2013. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Noerdin. 2011. *Misteri Makna “man ro-a minkum munkaron”*. <https://noerdin-nu.blogspot.com/2011/09/misteri-makna-man-ro-minkum-munkaron.html> (diakses pada 20 Mei 2022)

Norhabiba, Fitri dan Putri, Sukma Ari Ragil, ‘Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya’, *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.7, No.1* (2018)

Nuraryo, Iman. ‘Difusi Inovasi “Belanja Daring” Di Media Sosial Dan Dampaknya Pada Motif Berbisnis Di Kalangan Anak Muda’; *Manajemen Pemasaran Vol. 6 No. 1* (2016)

Poerwandi, E. Ktisti. 1998. *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian*. Jakarta: Lembaga Pengembangan dan Pengukuran Psikologi, Fak. Psikologi UI.

Rogers, Everet M. 2003. *Diffusion of Innovation fifth Edition*. New York: The Free Press

Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa.*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Septuri. 2018. “Manajemen Pondok Pesantren (Studi Deskriptif Analitik Pada Pondok Pesantren Shuffah Hizbullah Dan Madrasah Al-Fatah Al-Muhajirun Desa

- Negara Ratu Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan, Lampung)”
Disertasi Pascasarjana; Konsentrasi I Manajemen Pendidikan Islam: Lampung.
Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung:
Alfabeta.
- Sulvinajayanti, 2017, PUBLIC RELATIONS DAN NEW MEDIA (Proses Humas
Dalam Mengelola Instagram @universitaspertamina), *Komunida* 7, no. 2
- Suriani, Julis, ‘Difusi Inovasi Dan Sistem Adopsi Program Siasy (Studi Aplikasi Siasy
Pada Pelayanan Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Uin Suska
Riau)’; *Komunikasiana Vol.1, No.1* (2018)
- Suryosubroto. 2003. *Manajemen Pendidikan Sekolah*. Jakarta: PN Rineka Cipta.
- Vadlullah, Moh Ngindi. 2017. “*Dakwah Bil Qalam K.H Taufiqul Hakim Dalam Serial
Buku Syifaul Ummah*”. Skripsi Sarjana; Semarang: Jurusan Komunikasi dan
Penyiaran Islam: Semarang.
- Walian Anang, ‘Pengembangan Media Dakwah Kontemporer Berbasis Website: Studi
kasus pada www.assajidin.com’, *Jurnal Komunikasi Islam, Vol.3 No 1*, (2019)
- Yulianto, Rifan Tri. 2020. “Dakwah Digital: Studi Etnografi Virtual Akun Instagram
@Edhnx”. Skripsi Sarjana; Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam:
Purwokerto