

**EFEKTIVITAS MEDIA *INSTAGRAM* SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PADA PONPES DARUL ARQAM PATEAN, KENDAL**



SKRIPSI

Oleh:

Yuniar Baharudin Ali

NIM: 20200710022

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Yuniar Baharudin Ali
NIM : 20200710022
Program studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Perguruan Tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Yogyakarta, 2 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Yuniar Baharudin Ali

NIM 20200710022

PERSEMBAHAN

Mengucapkan rasa syukur dan kerendahan hati, maka skripsi ini penulis akan mempersembahkan kepada:

1. Ayah, ibu, dan kakak penulis yang telah memberikan dukungan terbaik berupa materi, semangat dalam menuntut ilmu, serta doa yang selalu menjadikan penulis kuat dan sabar dalam menghadapi kehidupan perantauan terkhusus di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbi'l'alamin, puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul Efektivitas Media *Instagram* Sebagai Media Promosi Pada Ponpes Darul Arqom Patean, Kendal.

Sholawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad saw. yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju jalan yang terang benderang. Dalam proses penelitian skripsi, penulis menyadari banyak pihak yang telah mendukung serta turut membantu dalam penyelesaian penelitian ini berhasil ditulis. Pada kesempatan ini penulis sampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Prof Dr. Ir. Gunawan Budiyanoto, M.P., IPM., ASEAN.Eng. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Syakir Jamaluddin, M.A., selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Ahmad Hermawan Lc., M.A. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam beserta bapak Cahyo Setiadi Ramadhan, M.Psi., Psi selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Dr. Imam Suprabowo, M.Pd.I selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sangat sabar membimbing, menemani sejak awal penentuan judul hingga penelitian serta penulisan skripsi ini selesai.
5. Ibu Rhafidilla Vebrynda, M.I.Kom selaku dosen pembimbing akademik.
6. Seluruh dosen prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Fakultas Agama Islam yang telah mencurahkan ilmunya kepada penulis.
7. Orang tua saya Ayahanda Sutrisno dan Ibu Widyaningrum S.Pd serta kakak saya Restu Aji Afrianda dan keluarga besar yang turut serta mendoakan kelancaran skripsi ini dan dukungan yang luar biasa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Pimpinan dan karyawan terkhusus pada team Ma'had creator yang membantu dalam pengumpulan data pada penelitian ini.

9. Pihak Pondok Modern Darul Arqam terkhusus pada team media creator yang membantu pengumpulan data pada penelitian ini.
10. Keluarga besar Komunikasi dan Penyiaran Islam yang selalu kebersamai, membantu banyak hal dari berbagai aspek dari awal hingga akhir, mendukung serta mendoakan dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
NOTA DINAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI.....	9
A. Tinjauan Pustaka	9
B. Kerangka Teori	18
1. Media promosi.....	18
2. Teknik Persuasi.....	20
3. Instagram.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian	23
B. Lokasi Penelitian	23
C. Definisi Operasional.....	23
D. Subyek Penelitian	24
E. Teknik Pengumpulan Data.....	24
1. Observasi	24
2. Wawancara	24
3. Dokumentasi.....	25
4. Teknik analisis data	25

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
A. Profil Pondok Modern Darul Arqam Patean Kendal.....	26
B. Letak Geografis	28
C. Visi Dan Misi Pondok Modern Darul Arqam	29
D. Struktur Kepengurusan Ma’had Creator.....	29
E. Daftar Informan	30
F. Penggunaan Media <i>Instagram</i> @Darularqampatean	30
G. Hasil Penelitian.....	33
a. Dibentuknya Akun Instagram Darul Arqom	33
b. Media Instagram Menjadi Media Paling Efektif Dalam Melakukan Kegiatan Promosi	41
PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Implikasi & Rekomendasi	68
C. Kata Penutup.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Table 1. Persamaan & perbedaan penelitian	14
Table 2. Definisi operasional efektivitas media Instagram yang menggunakan teori dari Aristoteles	23
Table 3. Tim Media Pesantren	30
Table 4. Informan.....	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Teknis Analisi Data.....	25
Gambar 2. Logo pondok Darul Arqam	26
Gambar 3. Lokasi Pondok Modern Darul Arqam.....	28
Gambar 4. Logo <i>Instagram</i>	32
Gambar 5. Profil <i>Instagram</i> Darul Arqom.....	32
Gambar 6. Salah satu konten pada <i>Instagram</i> Darularqampatean	37
Gambar 7. Potongan ayat Al-Qur'an	38
Gambar 8. Nasehat dari Asatidz	39
Gambar 9. Nasehat dari ulama.....	40
Gambar 10. Ajakan pendaftaran santri baru	41
Gambar 11. Feed <i>Instagram</i> Darul Arqom	46
Gambar 12. Reels <i>Instagram</i> Darul Arqom	47
Gambar 13. Instastory Darul Arqam.....	48
Gambar 14. Salah satu kegiatan perlombaan yang disiarkan	49
Gambar 15. Caption <i>Instagram</i> Darul Arqom	49
Gambar 16. Hastag <i>Instagram</i> Darul Arqom.....	50
Gambar 17. Penambahan musik pada postingan <i>Instagram</i>	51
Gambar 18. Slide dalam postingan <i>Instagram</i> Darul Arqam	52
Gambar 19. Insight <i>Instagram</i> Darul Arqam.....	56
Gambar 20. Statistik perkembangan akun <i>Instagram</i> Darul Arqam.....	61

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. <i>Followers</i> akun <i>Instagram</i> Darul Arqom bulan Maret 2024.....	57
Grafik 2. Jumlah pengikut media sosial Darul Arqam	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pengantar Penelitian.....	73
Lampiran 2. Daftar Wawancara.....	74
Lampiran 3. Dokumentasi.....	75