

Strategi Komunikasi dalam Membangun Konsep Pesantren Karyawan di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang

Ahmad Agus Salim

Paramadina Graduate School of Communication, Universitas Paramadina

ahmadagussalim07@gmail.com

ABSTRACT

Pesantren At-Taqwa Cikarang is often referred to as an employee boarding school, although its students do not only come from employees or workers, but the boarding school is dominated by employees or workers. This research aims to analyse the communication strategy applied by Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang in building the concept of employee boarding school. The main focus of this research is how the communication strategy of Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang in building the concept of employee islamic boarding house. This research uses a qualitative approach with the presentation of descriptive data analysis. The method used in this research is using a case study. This research uses a communication planning model developed by Philip Lesly which consists of organisational components and public components. The results showed that in the organisational component, it was found that the communication strategy used was direct communication and through social media. All students play a role in communication activities and act as communicators. In this component, feedback is marked by the presence of employees who register at Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Evaluation activities are carried out if there are employee students who do not want to recite the Koran and by looking at the parameters of likes, comments and subscriptions on social media.

Keywords : Communication Strategy, Philip Lesly Communication Model, Employee islamic boarding house, Cikarang.

ABSTRAK

Pesantren At-Taqwa Cikarang sering disebut sebagai pesantren karyawan, meskipun santrinya tidak hanya berasal dari kalangan karyawan atau pekerja, namun pesantren tersebut santrinya didominasi oleh karyawan atau pekerja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang dalam membangun konsep pesantren karyawan. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang dalam membangun konsep pesantren karyawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan penyajian analisis data secara deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan studi kasus. Penelitian ini menggunakan model perencanaan komunikasi yang dikembangkan oleh Philip Lesly yang terdiri dari komponen organisasi dan komponen public. Hasil penelitian menunjukkan Pada komponen organisasi ditemukan bahwa strategi komunikasi yang digunakan dalam yaitu komunikasi langsung dan melalui media sosial. Seluruh santri berperan dalam kegiatan komunikasi dan bertindak sebagai komunikator. Pada komponen ini umpan balik ditandai dengan adanya karyawan yang daftar di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Kegiatan evaluasi dilakukan apabila ada santri karyawan yang tidak mau mengaji dan dengan melihat parameter suka, komen dan subscribe di media sosial.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Model Komunikasi Philip Lesly, Pesantren Karyawan, Cikarang.

PENDAHULUAN

Cikarang dikenal sebagai kota industri terbesar di Asia Tenggara berada Kabupaten Bekasi yang terletak di sebelah timur Jakarta. Kota ini menjadi salah satu pusat kawasan

industri berskala nasional dengan lebih dari 2000 pabrik, termasuk kawasan industri MM2100, Jababeka, Delta Silicon, EJIP (East Jakarta Industrial Park), BIIE (Bekasi International Industrial Estate), Greenland International Industrial Center (GIIC), Kawasan Industri Lippo Cikarang, dan KITIC (Kawasan Industri Terpadu Indonesia China).

Banyaknya pabrik yang ada di Cikarang, akan membutuhkan banyak karyawan di berbagai tingkatan, mulai dari level operator hingga manajemen tertinggi. Sebagai pusat industri yang berkembang pesat, Cikarang menawarkan peluang kerja yang luas bagi para pencari kerja, baik lulusan SMA/SMK maupun Sarjana. Sehingga membuat para pencari kerja dari daerah lain mencari nafkan atau merantau ke Cikarang.

Banyaknya perantau dari berbagai daerah memberikan pengalaman baru bagi setiap perantau, baik yang bersifat positif dan negatif. Kebebasan yang didapatkan oleh para perantau tidak jarang mengakibatkan sebagian orang terjerumus dalam pergaulan bebas. Sepertihalnya pada berita yang ditulis oleh Azzam (2023), dimana dalam berita tersebut terdapat dua pasangan yang bukan suami-istri sedang bermesraan di dalam kos-kosan saat ada razia yang dilakukan oleh Petugas Gabungan Satpol PP, Kepolisian dan TNI.

Pergaulan bebas adalah perilaku manusia yang menyimpang, melanggar norma-norma agama, dan tidak memiliki batasan ((Suharni & Haramen, 2021). Menurut Hutabarat, *et al.* (2024) beberapa faktor yang memicu terjadinya pergaulan bebas antara lain adalah kemajuan zaman yang semakin modern sehingga sulit membatasi pergaulan sosial, terutama dengan teman sebaya, kurangnya pemahaman terhadap aturan atau norma agama serta norma moral, masalah ekonomi keluarga, dan kondisi keluarga yang tidak harmonis.

Salah satu faktor terjadinya pergaulan bebas adalah kurangnya pemahaman terhadap atauran dan norma agama serta norma moral. Berdasarkan faktor tersebut, perlu adanya lembaga atau organisasi yang dapat memberikan pengetahuan terkait dengan aturan agama serta norma moral. Salah satu lembaga tersebut adalah pondok pesantren.

Pondok pesantren adalah kata majemuk yang terdiri dari "Pondok" dan "Pesantren," yang memiliki makna berbeda. "Pondok," berasal dari bahasa Arab "*funduk*," berarti tempat singgah, sedangkan "pesantren" adalah lembaga pendidikan Islam yang pelajarannya tidak berbentuk klasikal. Oleh karena itu, pondok pesantren adalah lembaga pendidikan Islam nonklasikal di mana peserta didiknya (santri, murid) disediakan tempat tinggal atau pemondokan (Pakar, 2016).

Tujuan utama pesantren adalah untuk mendidik warga negara agar memiliki kepribadian Muslim yang sesuai dengan ajaran Islam, menanamkan nilai-nilai keagamaan dalam setiap aspek kehidupannya, dan menjadikannya individu yang bermanfaat bagi agama, masyarakat, dan negara (Fahham, 2020). Berdasarkan hal tersebut diharapkan lembaga pondok pesantren dapat berkontribusi dalam menangani pergaulan bebas baik dikalangan remaja maupun yang sudah memiliki pekerjaan.

Di Cikarang terdapat sebuah pondok pesantren, dimana pondok pesantren tersebut didominasi oleh karyawan atau pekerja. Pondok pesantren tersebut yaitu Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Pondok pesantren tersebut berada di Cikarang Utara dekat dengan kawasan Jababeka.

Pondok Pesantren Attaqwa, yang terletak di Cikarang, Kabupaten Bekasi, didirikan oleh KH Raden Syafi'i. Saat ini, pesantren ini memiliki 80 santri, terdiri dari 50 santriwan

dan 30 santriwati, sebagian besar adalah karyawan. Lokasinya sekitar 4-5 km dari Stadion Wibawa Mukti, stadion termegah di Cikarang, Bekasi. Pesantren ini terbuka untuk warga sekitar dan pekerja di kawasan industri Cikarang. Kegiatan mengaji di pesantren ini berfokus pada kitab-kitab kuning karya ulama terdahulu, seperti Kitab Ta'lim Muta'alim, Nashoihul Ibad, Fathul Mu'in, dan Fathul Qorib. KH Raden Muhammad Rijalullah, generasi ke-4 dari KH Raden Syafi'i, berharap santrinya menjadi kader umat yang benar, pintar, dan terampil. Prinsipnya adalah lebih baik benar dulu baru pintar, karena pintar tanpa kebenaran dapat berujung pada korupsi.

KH Raden Muhammad Rijalullah juga dikenal sebagai sosok moderat yang mendorong santrinya untuk menempuh berbagai profesi selama tujuannya karena Allah SWT. Hingga kini, ribuan alumni pesantren ini telah berperan aktif di masyarakat sebagai pejabat, kiai, dan profesi lainnya. Pelajaran kitab kuning terus dipertahankan sebagai bagian dari budaya NU meskipun KH Raden Muhammad Rijalullah tidak berada di struktur organisasi NU. Setiap tahunnya, animo masyarakat untuk belajar di Pesantren Attaqwa terus meningkat, terutama di kalangan karyawan.

Dengan adanya Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang diharapkan dapat memberi peluang bagi para karyawan yang bekerja di wilayah Cikarang dan sekitarnya untuk mendapatkan pendidikan agama Islam secara intensif. Selain itu, diharapkan juga dapat menjadi sarana untuk menanggulangi pergaulan bebas dikalangan perantau atau pekerja yang ada di wilayah Cikarang dan sekitarnya.

Pesantren At-Taqwa Cikarang sering disebut sebagai pesantren karyawan, meskipun santrinya tidak hanya berasal dari kalangan karyawan atau pekerja, namun pesantren tersebut santrinya didominasi oleh karyawan atau pekerja. Dalam hal mendapatkan santri tentu tidak mudah, apalagi mendapatkan santri yang sudah bekerja. Dengan kesibukan seorang karyawan, tentu keinginan menempuh pendidikan di pesantren dapat dikatakan sangat rendah. Oleh karena itu, perlu dilakukan strategi komunikasi dalam membangun konsep pesantren karyawan.

Strategi dapat didefinisikan sebagai pedoman umum untuk bertindak guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Ahmad, 2020). Sedangkan dalam komunikasi adalah metode mengelola pelaksanaan operasi komunikasi supaya berhasil. Perencanaan strategi ini harus mencakup pemahaman tujuan komunikasi, pemilihan media yang paling tepat, serta evaluasi tingkat efektivitasnya (Abidin, 2015). Strategi komunikasi adalah perencanaan yang mencakup seluruh aspek komunikasi. Dalam perencanaan ini, akan terlihat sumber pesan, pesan itu sendiri, proses pengolahan pesan, serta cara pesan tersebut digunakan dalam proses komunikasi (Suryadi, 2028).

Strategi komunikasi sangat dibutuhkan oleh lembaga, organisasi, atau individu, dengan tujuan untuk membuat perencanaan supaya tujuannya dapat tersampaikan dengan baik kepada target atau sasarannya. Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang, yang berlokasi di kawasan industri strategis, melihat peluang ini sebagai cara untuk memperluas dakwah dan pendidikan Islam kepada karyawan. Dengan menerapkan strategi komunikasi yang efektif, pesantren ini bertujuan untuk membangun konsep pesantren karyawan yang dapat memenuhi kebutuhan spiritual, intelektual, dan profesional para karyawan. Penelitian

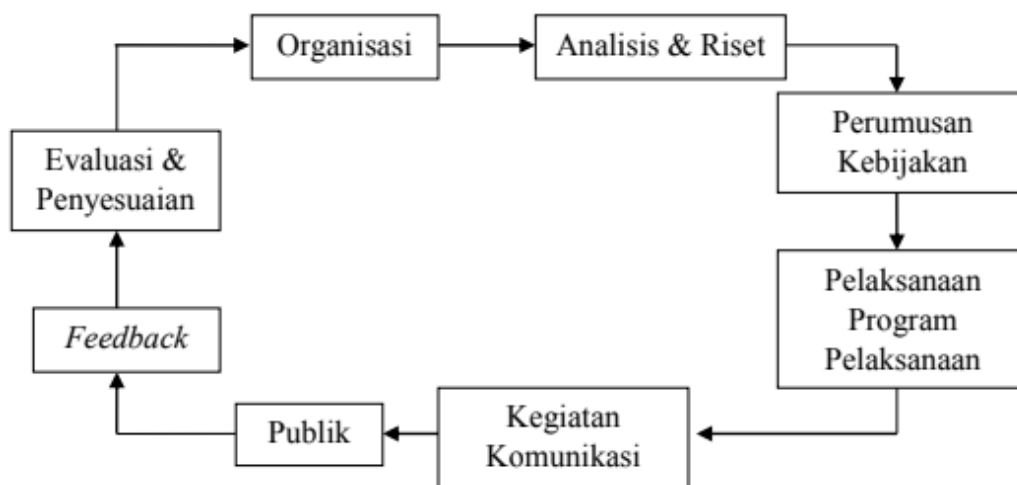
mengenai strategi komunikasi telah banyak dilakukan dan beberapa penelitian terdahulu mengenai strategi komunikasi akan dijelaskan sebagai berikut.

Penelitian oleh Kamil & Nuryati (2022) bertujuan mengidentifikasi strategi komunikasi dalam pembinaan akhlak santri di Pondok Pesantren Al-Mubtadi'in Bogor serta faktor pendukung dan penghambatnya. Penelitian Yuniarti & Salim (2023) bertujuan mengetahui strategi komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Blora dalam menyebarkan informasi tentang aplikasi Blora Kuncara. Penelitian Sari *et al.* (2023) bertujuan memahami interaksi pondok pesantren dengan santri dalam mengembangkan nilai-nilai di Pondok Pesantren Nurul Iman Desa Ujung Tanjung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang dalam membangun konsep pesantren karyawan. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang dalam membangun konsep pesantren karyawan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur mengenai strategi komunikasi dalam konteks pendidikan pesantren, serta memberikan panduan praktis bagi lembaga pendidikan lainnya yang ingin menerapkan konsep serupa.

Penelitian ini menggunakan model perencanaan komunikasi yang dikembangkan oleh Philip Lesly dalam menganalisis strategi komunikasi dalam membangun konsep pesantren karyawan di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Model perencanaan komunikasi Philip Lesly peneliti pilih karena menawarkan kerangka yang terstruktur dan komprehensif, mencakup semua aspek penting dari perencanaan komunikasi, mulai dari analisis awal hingga evaluasi. Ini memastikan bahwa semua tahap proses komunikasi diperhatikan secara sistematis.

Model perencanaan Philip Lesly membagi perencanaan menjadi dua komponen utama: organisasi yang melaksanakan kegiatan dan publik yang menjadi target kegiatan (Cangara, 2017). Komponen organisasi mencakup empat tahap: analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, dan kegiatan komunikasi. Sementara itu, komponen publik terdiri dari dua tahap: umpan balik dan evaluasi.



Gambar 1. Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly (Cangara, 2017)

Dalam komponen organisasi, langkah awal yang harus dilakukan mencakup analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, dan kegiatan komunikasi. Analisis dan riset berfungsi untuk mendiagnosis atau mengidentifikasi permasalahan yang ada. Setelah itu, perumusan kebijakan mencakup strategi yang akan diterapkan. Pada tahap perencanaan program pelaksanaan, sumber daya seperti tenaga, dana, dan fasilitas sudah ditetapkan. Sedangkan pada tahap kegiatan komunikasi, tindakan yang dilakukan dengan membuat dan menyebarkan informasi melalui media massa dan berbagai saluran komunikasi lainnya seperti kelompok, tradisional, media baru, focus group, dan publik. Dalam komponen publik, langkah yang perlu dilakukan adalah umpan balik dan evaluasi melalui riset seperti kuesioner, wawancara, atau diskusi kelompok terarah. Tujuannya untuk mengetahui pendapat, ide, keluhan, dan saran dari khalayak, yang kemudian digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan, peningkatan, dan penyesuaian program organisasi (Cangara, 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan penyajian analisis data secara deskriptif. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan maksud untuk menganalisis kemudian mendeskripsikan subjek yang sedang diteliti kedalam kata-kata. Hal tersebut sejalan dengan yang diungkapkan oleh McCusker & Gunaydin (2015) bahwa penelitian kualitatif memiliki ciri khas dalam tujuannya untuk memahami berbagai aspek kehidupan sosial dan menggunakan metode yang biasanya menghasilkan data berupa kata-kata, bukan angka, untuk dianalisis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan studi kasus. Menurut Creswell (2015) penelitian studi kasus dimulai dengan mengenali satu kasus yang sangat spesifik, seperti individu, kelompok kecil, atau organisasi. Pembatasan dalam mengidentifikasi dan menjelaskan kasus tersebut adalah kunci utamanya. Peneliti biasanya fokus pada kasus nyata yang sedang berlangsung untuk mengumpulkan informasi akurat secara efisien. Metode studi kasus pada penelitian ini berupaya untuk menganalisis strategi komunikasi dalam membangun konsep pesantren karyawan di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang, dimana pesantren tersebut memiliki satri dengan mayoritas pekerja atau karyawan.

Fokus pada penelitian ini yaitu pada strategi komunikasi yang berupa perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh pengurus Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang dalam membangun konsep pesantren karyawan. Subjek penelitian pada penelitian ini yaitu pengurus Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang yang menjalankan strategi komunikasi dalam membangun konsep pesantren karyawan. Objek penelitian pada penelitian ini yaitu Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang yang mempunyai konsep pesantren karyawan.

Data yang diperoleh pada penelitian ini berasal dari data wawancara (*in-depth interview*), observasi, dan studi pustaka. Narasumber ditentukan dengan mengidentifikasi narasumber yang memiliki peran dalam menjalankan strategi komunikasi dalam membangun konsep pesantren karyawan di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Informan pada penelitian ini yaitu ketua pengurus Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang,

Ketua Tim Media Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang, dan 4 santri Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang yang mendaftar melalui komunikasi langsung dan melalui media sosial.

Model analisis data dari Miles & Huberman peneliti gunakan dalam penelitian ini. Menurut Miles & Huberman, analisis data melibatkan tiga jenis kegiatan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Fadli, 2021). Untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, dimana peneliti melakukan pengecekan dan pengujian data dari berbagai sumber data yang didapatkan. Menurut Alfansyur & Mariyani (2020) triangulasi sumber adalah pengecekan data dengan membandingkan fakta dari satu sumber dengan sumber lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini berdasarkan hasil dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan 7 narasumber. Narasumber pertama atas nama Agus Riyanto (AR) selaku ketua pengurus Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Narasumber kedua yaitu dengan Denny Mulyana (DM) selaku ketua tim media yang berperperan aktif dalam kegiatan yang ada di media sosial Pesantren At-Taqwa Cikarang. Informan ketiga hingga ketujuh merupakan santri yang masih aktif di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. 4 santri yang menjadi narasumber merupakan seorang karyawan di pabrik yang berlokasi di Cikarang. Santri 1 dan Santri 2 diantaranya diajak oleh temannya yang sudah menjadi santri dan santri 3 dan santri 4 diantaranya mendaftar dengan mendapatkan info dari media sosial.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang dalam membangun konsep pesantren karyawan dilakukan dengan komunikasi secara langsung dan melalui media sosial.

1. Komunikasi Secara Langsung (*Direct Communication*)

Komunikasi secara langsung merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan dengan tatap muka. Untuk membangun konsep pesantren karyawan, pengurus Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang menggunakan komunikasi secara langsung. Komunikasi dibangun dengan cara santri karyawan yang sudah aktif diminta untuk mempekenalkan Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang kepada teman kerjanya.

“Kalau strategi kita biasanya ngintruksiin santri-santri yang kerja buat ngenalin Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang ke temen-temen kerjanya sih mas sama ngajak gabung juga. Harapannya mereka tau ada pesantren yang mayoritasnya karyawan. Syukur-syukur mereka mau gabung” -AR

Berdasarkan kutipan dari AR di atas menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan untuk membangun konsep pesantren karyawan di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang dengan komunikasi secara langsung atau *direct communication*. Komunikasi secara langsung diharapkan dapat menarik minat karyawan untuk bergabung di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Dengan mengajak bergabung menunjukkan bahwa dalam kegiatan komunikasi langsung terdapat komunikasi persuasif didalamnya.

2. Melalui Media Sosial

Media sosial merupakan media yang populer saat ini. Melalui media sosial pesan akan tersampaikan kepada khalayak yang lebih luas. Media sosial digunakan oleh pengurus

Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang dalam membangun konsep pesantren karyawan. Platform media sosial yang digunakan Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang yaitu Instagram (@pesantren.attaqwa), Facebook (Pesantren Cikarang), TikTok (@at_taqwacikarang (santri putra) dan @pesantrenputriattaqwa (santri putri)) dan YouTube (PESANTREN AT-TAQWA CIKARANG).

"Kita juga ada media sosial mas buat ngenalin pondok ini ke masyarakat luas. Kalau yang langsung kan cuma itu-itulah aja dan gak luas jangkauannya. Jadi, kita pake media sosial biar banyak orang yang tau Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Alhamdulillah banyak mas yang daftar dari medsos. Biasanya mereka nanya-nanya dulu sih."-AR

Berdasarkan kutipan dari AR menunjukkan bahwa peran media sosial sangat penting dalam membangun konsep pesantren karyawan di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Media sosial digunakan untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas. Melalui media sosial dapat memperkenalkan Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang kepada masyarakat luas.

Penelitian ini menggunakan model perencanaan dari Philip Lesly untuk menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan oleh pengurus Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang dalam membangun konsep pesantren karyawan. Model perencanaan Philip Lesly membagi perencanaan menjadi dua komponen utama: organisasi yang melaksanakan kegiatan dan publik yang menjadi target kegiatan (Cangara, 2017). Komponen organisasi mencakup empat tahap: analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, dan kegiatan komunikasi. Sementara itu, komponen publik terdiri dari dua tahap: umpan balik dan evaluasi. Analisis mengenai strategi komunikasi Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang dalam membangun konsep pesantren karyawan berdasarkan model perencanaan Philip Lesly akan dijelaskan sebagai berikut.

Komponen Organisasi

Komponen organisasi dalam hal ini mencakup wadah dari kegiatan yang dilakukan. Organisasi dapat berupa lembaga, organisasi, atau perusahaan. Organisasi perlu melakukan strategi untuk menghadapi masalah-masalah yang muncul. Penelitian ini komponen organisasinya yaitu Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang mempunyai santri dengan mayoritas karyawan. Konsep pesantren karyawan juga diusung dalam pesantren ini. Komponen organisasi dalam model perencanaan komunikasi Philip Lesly mencakup analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, dan kegiatan komunikasi.

Analisis dan Riset

Tahap analisis dan riset, tahap ini merupakan tahap awal untuk mengetahui masalah. Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang pada saat pandemi covid-19 tidak memiliki banyak santri. Meskipun pesantren ini sudah lama namun memang jumlah santrinya tidak banyak. Berdasarkan hal tersebut yang saat ini sudah menjadi pengurus ingin menjadikan Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang dikenal masyarakat luas dan memiliki banyak santri.

"Dulu pas saya datang kesini itu pandemi mas, terus saya lihat kok santrinya dikit, kalau gak salah waktu itu cuma sekitar 6 orang. Saya ya pengen gitu pesantren

ini rame dan banyak yang mau belajar disini, khususnya yang karyawan kayak saya ini”.-AR

Berdasarkan kutipan dari AR di atas menunjukkan bahwa strategi komunikasi dari pengurus pesantren At-Taqwa Cikarang dimulai dari analisis dan riset. Dimana pengurus melihat jumlah satri yang sedikit dan mempunyai keinginan untuk menjadikan Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang dikenal masyarakat luas dan meningkatkan jumlah santri. Setelah analisis dan riset tahap selanjutnya yaitu perumusan kebijakan.

Perumusan Kebijakan

Perumusan kebijakan merupakan tahap dimana strategi komunikasi ditetapkan. Strategi komunikasi yang ditetapkan oleh pengurus Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang dalam membangun konsep pesantren karyawan yaitu melalui komunikasi secara langsung (*direct communication*) dan melalui media sosial. Komunikasi langsung dilakukan dengan mengajak seluruh santri yang sudah bekerja (karyawan) untuk menyebarkan informasi mengenai Pondok At-Taqwa Cikarang kepada rekan kerjanya. Media sosial dilakukan dengan membuat konten dengan harapan dapat menyebar keseluruh kalangan.

“Sebelum melakukan kegiatan kita biasanya rapat dulu mas. Kalau untuk membangun konsep pesantren karyawan biasanya kita ya ngajak santri-santri khususnya yang kerja buat ngajak temennya mondok ke sini. Selain itu, kita juga pake media sosial mas, biar informasinya itu diterima masyarakat luas..-AR

Berdasarkan kutipan dari AR di atas, dalam perumusan kebijakan diadakan rapat terlebih dahulu. Kebijakan yang diambil dalam membangun konsep pesantren karyawan dengan menyebarkan informasi secara langsung (*face to face*) dan melalui media sosial. Media sosial yang ditetapkan awalnya hanya Instagram, kemudian merambah juga ke media sosial lainnya yaitu Facebook, YouTube, dan TikTok.

“Awalnya media sosial kita cuma Instagram, terus karena banyak media sosial yang populer juga kayak TikTok sama YouTube. Kita juga pake Facebook juga, disana kan banyak tuh grup info loker Cikarang sama info kontrakan Cikarang/Bekasi kan banyak karyawan tuh disitu, nah kita biasanya promosi juga sama ngenalin juga pondok ini kesana. Kita juga mengajak santri-santri untuk ikut posting kegiatan atau informasi yang berkaitan dengan pondok lewat sosial medianya-DM

Berdasarkan kutipan dari DM, dalam pemilihan media sosial juga sangat penting. Karakteristik baik dari media sosial dan penggunaannya juga harus diketahui. Hal tersebut supaya pesan atau informasi yang ingin disampaikan tepat sasaran. Dalam penyebaran informasi dari pengurus juga menetapkan kebijakan bahwa santri-santri juga ikut serta dalam menyebarkan informasi mengenai Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang melalui media sosial yang dimilikinya. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pada tahap perumusan kebijakan strategi yang digunakan yaitu komunikasi secara langsung dan melalui media sosial. Setelah perumusan kebijakan dilakukan, tahap selanjutnya yaitu. Perencanaan program pelaksanaan.

Perencanaan Program Pelaksanaan

Tahap perencanaan program pelaksanaan merupakan tahap dimana sumber daya seperti tenaga, dana, dan fasilitas sudah ditetapkan. Sumber daya disini berupa sumber daya manusia yang dapat dikatakan sebagai komunikator. Dimana komunikator merupakan individu yang menyampaikan pesan baik secara langsung ataupun tidak langsung. Orang-orang yang terlibat dalam membangun konsep pesantren karyawan di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang merupakan sumber daya manusia yang telah ditetapkan.

"Kita melibatkan semua santri mas, semua santri harus berperan aktif dalam membangun konsep pesantren karyawan. Baik itu dilingkungan kerja mereka atau lewat media sosial yang dimiliki. Kita juga melibatkan santri dalam membuat konten dan kita juga bentuk Tim Media untuk mengelola media sosial pondok"-AR

Berdasarkan kutipan dari AR di atas menunjukkan bahwa santri-santri mengambil peran dalam membangun konsep pesantren karyawan ini. Mereka dihimbau untuk menyebarkan informasi mengenai Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Para santri juga diminta memanfaatkan media sosial mereka untuk mengunggah informasi atau konten tentang Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Selain sumber daya manusia dana dan fasilitas juga sangat penting untuk menunjang pembuatan konten yang menarik di media sosial. Selain itu juga dibentuk tim media untuk mengelola media sosial pesantren.

"Kalau untuk dana sih kita jarang mengeluarkan dana ya mas, paling kita pake fasilitas yang ada untuk membuat konten yang bagus, missal ada santri yang punya HP dengan kamera yang bagus, atau ada santri yang punya tripod, lighting, itu aja sih. Oh ya paling bensin kalau bikin konten di luar pondok"-DM

Berdasarkan kutipan dari DM di atas menunjukkan bahwa dalam menyajikan konten yang bagus dan menarik di media sosial memanfaatkan fasilitas yang ada. Fasilitas tersebut dapat berupa alat-alat untuk menunjang dalam membuat konten di media sosial. Alat-alat tersebut baik berasal dari santri ataupun alat-alat yang dimiliki oleh Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada tahap ini seluruh santri dilibatkan dalam membangun konsep Pesantren Karyawan. Setelah adanya perencanaan program pelaksanaan, tahap terakhir dari komponen organisasi adalah kegiatan komunikasi.

Kegiatan Komunikasi

Tahap ini merupakan tahap akhir dari komponen organisasi. Tahap kegiatan komunikasi yaitu tindakan yang dilakukan dengan membuat dan menyebarkan informasi melalui media massa dan berbagai saluran komunikasi lainnya seperti kelompok, tradisional, media baru, focus group, dan publik. Pada tahap ini, untuk membangun konsep pesantren karyawan di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang terdapat dua kegiatan. Hal tersebut sudah dijelaskan pada uraian-uraian sebelumnya. Namun pada sub bab ini akan dijelaskan secara rinci. Strategi yang digunakan dalam membangun konsep pesantren karyawan di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan komunikasi langsung (*direct communication*) dan melalui media sosial.

Komunikasi secara langsung dilakukan dengan cara menyebarkan informasi mengenai Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang secara langsung atau *face to face*. Semua santri khususnya yang bekerja atau sebagai karyawan di suatu perusahaan diminta berperan aktif. Mereka selain diminta untuk menyebarkan informasi juga diminta untuk mengajak atau membujuk rekan kerjanya supaya bergabung untuk menuntut ilmu agama di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang.

"Dulu saya yang diajak untuk belajar di pesantren ini, tapi sekarang saya yang saya juga ngajak temen-temen saya yang lain untuk gabung. Tapi itu tantangan sih"-Santri 1

Berdasarkan kutipan dari santri 1 menunjukkan bahwa, seluruh santri di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang merupakan komunikator. Mereka menjadi agen untuk menyebarluaskan konsep pesantren karyawan dan mengajak rekan kerjanya untuk bergabung dan belajar di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Dalam hal ini, santri juga tidak mudah dalam membangun konsep pesantren karyawan dan menarik minat karyawan untuk bergabung dan belajar.

"Tantangannya sih disini karena yang diajak karyawan ya mas, pasti gak semua mau, mereka kan udah capek sama kerjaan, kalau disuruh belajar ngaji pas udah pulang kerja agak susah"-Santri 2

Berdasarkan kutipan dari santri 2 menunjukkan bahwa hambatan yang dihadapi yaitu bagaimana membujuk rekan karyawan lainnya untuk bergabung di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Dimana target sasarannya disini adalah karyawan dan setelah bekerja yang dilakukan adalah istirahat, sehingga untuk belajar menuntut ilmu agama diusia yang tidak muda dirasa cukup sulit. Oleh karena itu perlu adanya penyusunan pesan supaya informasi yang diberikan kepada target sasaran dapat diterima dan akhirnya mau bergabung di mau menuntut ilmu di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang.

"Kalau pesan sih biasanya kita infoin fasilitas dan kegiatannya. Kita infoin juga kalau ngajinya fleksibel dan kalau capek dari pulang kerja bisa istirahat dulu nanti bisa gabung ngaji kalau udah siap. Biasanya kita juga jelasin kalau mayoritas karyawan gitu, jadi punya pengalaman dan rasa yang sama"-AR

Berdasarkan kutipan dari AR di atas menunjukkan bahwa penyusunan pesan harus disesuaikan dengan target sasarannya. Dimana, target sasarannya disini merupakan karyawan yang bekerja di perusahaan atau pabrik. Pesan yang disampaikan juga berdasarkan pengalaman dan rasa yang sama. Dimana rasa yang sama menunjukkan bahwa mereka sama-sama karyawan dan memiliki rasa Lelah yang sama. Dengan adanya penyesuaian pesan terhadap target sasaran diharapkan pesan dapat diterima dengan baik oleh target sasarannya.

Selain kegiatan komunikasi langsung, kegiatan komunikasi juga dilakukan melalui media sosial dalam membangun konsep pesantren karyawan. Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang mempunyai beberapa *platform* media sosial, diantaranya yaitu Instagram (@pesantren.attaqwa), Facebook (Pesantren Cikarang), TikTok (@at_taqwacikarang (santri putra) dan @pesantrenputriattaqwa (santri putri)) dan YouTube (PESANTREN AT-TAQWA CIKARANG). Konten-Konten dibuat dengan menunjukkan bahwa seorang karyawan juga dapat

menuntut ilmu agama di pesantren, dimana pesantren tersebut yaitu Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang.

“Kalau untuk media sosial kita ada banyak dan mengikuti zamannya. Saat ini kita ada Instagram (@pesantren.attaqwa), Facebook (Pesantren Cikarang), TikTok (@at_taqwacikarang (santri putra) dan @pesantrenputriattaqwa (santri putri)) dan YouTube (PESANTREN AT-TAQWA CIKARANG). Media sosial kita alhamdulillah aktif semua mas”-AR



Gambar 2. Konten TikTok Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang

(Sumber: hasil tangkapan layar peneliti pada akun TikTok @at_taqwacikarang)

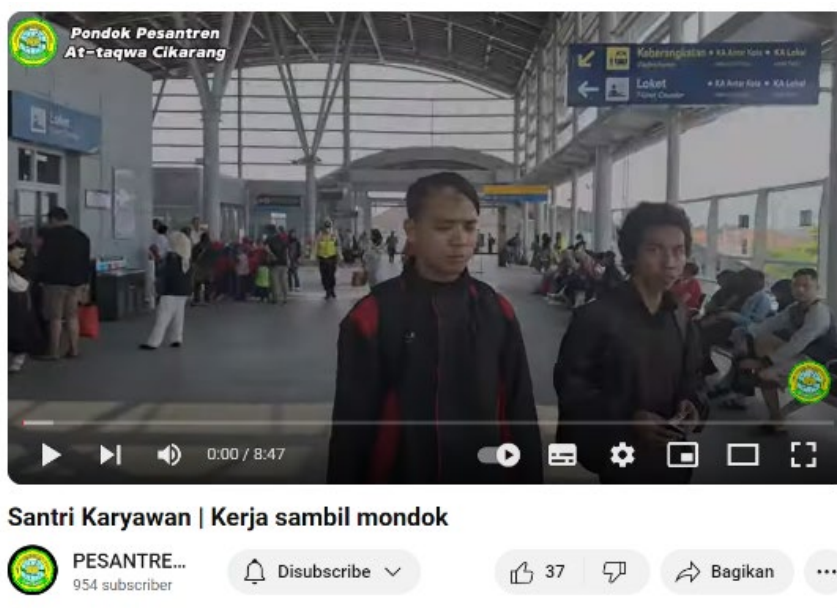
Pada gambar 2 berisi sebuah video dengan menampilkan 2 tansisi gambar. Gambar yang pertaman menampilkan pertanyaan dimana kerja yang bisa sambil mondok dan gambar kedua menampilkan jawaban dari pertanyaan pada gambar pertama dengan jawaban Pesantren At-Taqwa Cikarang. Pada konten tersebut juga berisi keterangan gambar yang menunjukkan bahwa Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang mayoritas santrinya sambil kerja atau seorang karyawan. Selain itu taggar yang digunakan yaitu #santrikaryawan, #santri, #karyawan, dan nama perusahaan atau pabrik yang ada dicikarang. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa konten tersebut bertujuan untuk membangun konsep bahwa Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang sebagai pesantren Karyawan. Dapat diketahui juga bahwa saat ini TikTok merupakan media sosial yang populer di Indonesia.



Gambar 3. Konten Instagram Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang

(Sumber: hasil tangkapan layar peneliti pada akun Instagram @pesantren.attaqwa)

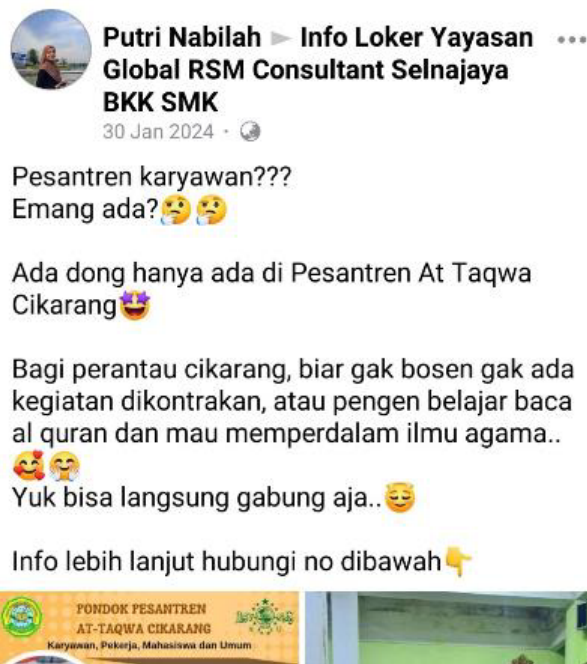
Gambar 3 merupakan brosur yang diunggah pada tanggal 27 Februari 2024 di akun Instagram Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Pada brosur tersebut terdapat keterangan santri karyawan dan pekerja. Pada keterangan gambar juga diinformasikan bahwa Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang santrinya mayoritas pekerja atau karyawan. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa Pondok Pesantren At-Taqwa menggunakan media sosial Instagram dalam membangun konsep pesantren karyawan.



Gambar 4. Konten Film Pendek Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang

(Sumber: hasil tangkapan layar peneliti pada akun YouTube Pesantren At-Taqwa Cikarang)

Pada gambar 4 merupakan konten film pendek yang diunggah pada tanggal 1 Desember 2023 (<https://www.youtube.com/watch?v=3TpxOGwyvvY&t=106s>). Pada konten tersebut berisi tentang seorang karyawan yang ingin belajar di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Berdasarkan hal tersebut, menunjukkan bahwa melalui YouTube Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang membangun konsep pesantren karyawan. Selain TikTok, Instagram, dan YouTube, Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang juga menggunakan media sosial Facebook.



Gambar 5. Uanggahan Santri Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang Di Facebook

(Sumber: hasil tangkapan layar peneliti)

Pada gambar 5 merupakan konten yang dibuat oleh santri. Hal tersebut menunjukkan peran aktif santri dalam membangun konsep pesantren karyawan di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang melalui media sosial. Konten tersebut diunggah pada grup info lowongan pekerjaan yang ada di Facebook. Konten tersebut mempunyai target sasarannya yaitu karyawan. Berdasarkan penjelasan-penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang memanfaatkan media sosial dalam membangun konsep pesantren karyawan.

Komponen Publik

Komponen publik memiliki dua topik pembahasan yaitu umpan balik (*feedback*) dan evaluasi dan penyesuaian. Pada komponen umpan baalik dapat beruba respon yang didapatkan oleh organisasi dan evaluasi dan penyesuaian merupakan kegiatan untuk mengukur keberhasilan dari kegiatan yang telah dilakukan apakah perlu perbaikan atau tidak. Analisis dua topik pembahasan dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut.

Umpan balik (*Feedback*)

Umpan balik atau *feedback* ini berasal dari santri yang sudah mondok di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Dalam strategi komunikasi secara langsung umpan baliknya yaitu menerima ajakan mondok di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang seperti narasumber santri 1 dan santri 2. Dimana, mereka saat ini masih mondok di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Begitu juga dengan umpan balik pada strategi melalui media sosial. Umpan baliknya dapat dilihat bahwa mereka melihat konten dari Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang kemudian mereka mendaftar di Pondok Pesantren At-taqwa Cikarang.

"Saya lihat postingan di Facebook di grup info loker, dan memang pada waktu itu pengen banget modok, yaudah saya chat adminnya buat daftar. Pas baru dating ternyata bener mayoritas disini karyawan"-Santri 3

"Aku kan kerja di Cikarang ya mas, dari dulu pengen mondok. Aku cari info-info di sosmed ternyata ada di Cikarang. Akhirnya bisa mondok di pesantren karyawan yang ada di Cikarang"-Santri 4

Berdasarkan kutipan dari santri 3 dan 4 menunjukkan bahwa konten yang dibuat oleh pengurus Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang dengan membangun konsep pesantren karyawan berhasil. Adanya karyawan yang mendaftar di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang menunjukkan adanya umpan balik dari konten-konten yang dihasilkan oleh Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang.

Evaluasi dan Penyesuaian

Tahap ini merupakan tahap akhir dari model perencanaan komunikasi Philip Lesly. Setiap kegiatan yang dilakukan di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang harus ada rapat persiapan dan rapat evaluasi setelah pelaksanaan. Dalam hal membangun konsep pesantren karyawan, evaluasi dilakukan apabila banyak karyawan yang sering tidak ikut mengaji, kemudian ditanya kepada karyawan tersebut alasannya, dan nantinya akan merumuskan kegiatan-kegiatan yang sesuai. Dalam hal pembuatan konten di media sosial evaluasi dilakukan dengan melihat konten-konten sebelumnya dengan menggunakan parameter suka, komentar dan juga mengikuti atau *subscribe*.

KESIMPULAN

Pesantren At-Taqwa Cikarang merupakan dengan mayoritas santrinya adalah karyawan. Pesantren ingin membangun konsep sebagai pesantren karyawan. Oleh karena itu, perlu dilakukan strategi komunikasi dalam membangun konsep pesantren karyawan di Pondok Pesantren At-Taqwa Cikarang. Analisis penelitian ini menggunakan model perencanaan komunikasi Philip Lesly.

Model ini terdapat dua komponen yaitu organisasi dan publik. Komponen organisasi terdapat empat tahap yaitu analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, dan kegiatan komunikasi. Pada komponen organisasi ditemukan bahwa strategi komunikasi yang digunakan dalam yaitu komunikasi langsung dan melalui media sosial. Seluruh santri berperan dalam kegiatan komunikasi dan bertindak sebagai komunikator. Pada komponen publik terdapat dua tahap yaitu umpan balik dan evaluasi. Pada komponen ini umpan balik ditandai dengan adanya karyawan yang daftar di Pondok

Pesantren At-Taqwa Cikarang. Kegiatan evaluasi dilakukan apabila ada santri karyawan yang tidak mau mengaji dan dengan melihat parameter suka, komen dan *subscribe* di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (2015). *Manajemen Komunikasi: Filososfi, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Azzam, M. (2023, Desember 11). Petugas Gabungan Razia Kos-kosan di Cikarang, Dua Pasangan Bukan Suami-Istri Ditemukan sedang Mesra. *Wartakotalive.com*. Diambil dari <https://wartakota.tribunnews.com/2023/12/11/petugas-gabungan-razia-kos-kosan-di-cikarang-dua-pasangan-bukan-suami-istri-ditemukan-sedang-mesra>
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di antara Lima Pendekatan, Diterjemahkan dari Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches, Third Edition, First Published 2013 By SAGE*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Fahham, A. M. (2020). *Pendidikan Pesantren: Pola Pengasuhan, Pembentukan Karakter dan Perlindungan Anak*. (Susanto, Ed.). Jakarta: Publica Institute Jakarta.
- Hutabarat, S., Purba, S., Situmorang, Y. A., & Nababan, D. (2024). Mencegah Pergaulan Bebas Bagi Remaja. *JIMI: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 1(3), 22–28.
- Kamil, B., & Nuryati, N. (2022). Strategi Komunikasi Guru Dalam Membentuk Santri Yang Berakhlak Di Pondok Pesantren Al-Mubtadi'in Bogor. *TABAYYUN: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(1), 11. Diambil dari <https://ejournal-stidkibogor.ac.id/index.php/tabayyun>
- McCusker, K., & Gunaydin, S. (2015). Research using qualitative, quantitative or mixed methods and choice based on the research. *Perfusion (United Kingdom)*, 30(7). <https://doi.org/10.1177/0267659114559116>
- Pakar, S. I. (2016). *Pendidikan dan Pesantren*. Cirebon: Elsi Pro.
- Sari, R. H., Aliasan, A., & Harun, Y. (2023). Strategi Komunikasi Pondok Pesantren Nurul Iman Desa Ujung Tanjung Dalam Menanamkan Nilai-Nilai Akhlak Kepada Santri. *Tabayyun: Journal of Journalism*, 4(1), 209–224. <https://doi.org/10.30092/tabayyun>
- Suharni, & Haramen, M. (2021). Dampak Negatif Pergaulan Bebas Terhadap Generasi Muda Menurut Tinjauan Pendidikan Agama Islam. *Madrasatuna: Jurnal Pengajaran dan Kajian Islam*, 1(1), 27–46.
- Suryadi, E. (2028). *Strategi komunikasi : Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting

**Volume 4 Nomor 4 (2024) 1750 - 1765 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X
DOI: 10.47467/dawatuna.v4i4.3516**

Yuniarti, T., & Salim, A. A. (2023). Communication Strategy for Dissemination of Information on Blora Kuncara Application in Blora Regency. *Jurnal Audience*, 5(2). <https://doi.org/10.33633/ja.v5i2.6894>