

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH IKABA DALAM MENINGKATKAN JARINGAN ALUMNI PONPES AL-ISHLAHUDDINY KEDIRI LOMBOK BARAT

Muhammad Ikhwan Fiddaraini Hasipa

Universitas Islam Negeri Mataram. Indonesia

Ikhwannichol@uinmataram.ac.id

Abstract

Article History

Received : 05-11-2025

Revised : 12-11-2025

Accepted : 10-12-2025

Keywords:

Dawah

Communication,

Pesantren Alumni,

Digital Media,

Communication

Strategy,

Al-Ishlahuddiny Islamic Boarding School in Kediri, West Lombok, is an Islamic educational institution that has produced many alumni spread across various regions. The transformation of da'wah in the digital era requires alumni organizations of Islamic boarding schools to design adaptive and sustainable communication strategies. This study attempts to analyze the da'wah communication strategies of the Al-Ishlahuddiny Alumni Family Association (IKABA) in strengthening the alumni network of Al-Ishlahuddiny Islamic Boarding School in Kediri, West Lombok. This study uses a qualitative case study approach, data collected through observation, in-depth interviews, and documentation. The results of the study indicate three main strategies for creating adaptive and sustainable communication, including: empathy-based interpersonal communication, the use of digital media such as WhatsApp and Instagram, and the implementation of collective activities such as studies and webinars. The study concludes that these strategies effectively address the challenges of cross-generational communication and limited alumni participation. IKABA, as an alumni-based organization, is able to build emotional networks and adapt Islamic boarding school values to the digital social space. This research is expected to contribute to the understanding of alumni-based community da'wah strategies and suggest comparative studies in similar communities to test the effectiveness of this model more broadly.

Pendahuluan

Pondok Pesantren Al-Ishlahuddiny Kediri, Lombok Barat, merupakan salah satu institusi pendidikan Islam yang telah melahirkan banyak alumni yang tersebar di berbagai daerah. Untuk menjaga ikatan dan semangat keislaman di antara para alumni, dibentuklah Ikatan Keluarga Alumni Al-Ishlahuddiny (IKABA) sebagai wadah komunikasi dan dakwah. IKABA berperan penting dalam memperkuat jaringan alumni melalui berbagai kegiatan keagamaan dan sosial. Dalam upaya mempererat hubungan antaralumni, IKABA menerapkan berbagai strategi

komunikasi dakwah yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah komunikasi interpersonal yang menekankan pada keterbukaan, empati, dan dukungan, yang terbukti efektif dalam membangun ikatan emosional antaramurid. Pendekatan ini sejalan dengan teori komunikasi antarmanusia yang dikemukakan oleh DeVito (2011), yang menekankan pentingnya keterbukaan dan empati dalam membangun hubungan yang efektif (Devito 2011).

Selain pendekatan interpersonal, IKABA juga memanfaatkan media digital secara efektif untuk menyebarkan pesan dakwah dan informasi kegiatan. Platform seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok digunakan untuk menjangkau murid dari berbagai generasi. Pemanfaatan media sosial ini memungkinkan penyebaran pesan dakwah yang lebih luas dan menjangkau berbagai generasi murid. Kegiatan kolektif seperti Reuni Akbar, Kajian Kitab Kuning, dan Webinar Keislaman juga menjadi bagian dari strategi komunikasi dakwah IKABA. Kegiatan-kegiatan ini berperan penting dalam memperkuat solidaritas dan partisipasi aktif murid. Melalui kegiatan ini, murid dapat saling berbagi pengalaman dan pengetahuan, serta memperkuat ikatan keislaman di antara mereka.

Namun, dalam pelaksanaannya, IKABA menghadapi beberapa tantangan, seperti perbedaan preferensi komunikasi antar generasi dan keterbatasan waktu murid. Perbedaan ini dapat menghambat optimalisasi strategi komunikasi dakwah yang diterapkan. Untuk mengatasi tantangan ini, IKABA mengembangkan program-program fleksibel, forum dialog antar generasi, dan sistem penghargaan bagi murid aktif, yang bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang adaptif dan inklusif. Transformasi dakwah di era digital menjadi fenomena yang signifikan dalam konteks pesantren. Menurut Mabrur dan Hairul (2021), pesantren dihadapkan pada tantangan untuk mengembangkan misinya dalam menghadapi era digital. Dakwah digital meniscayakan kebebasan bagi siapa saja untuk berdakwah, yang berdampak pada mudahnya nilai universal Islam dan keindonesiaan. Oleh karena itu, pesantren perlu melakukan transformasi dakwah berbasis digital untuk tetap relevan di era ini (Mabrur and Hairul 2022).

Perubahan perilaku beragama murid pesantren juga menjadi perhatian dalam konteks ini. Penelitian oleh Jalaluddin (2017) menunjukkan bahwa murid pesantren mengalami perubahan perilaku beragama setelah memasuki lingkungan baru, seperti kampus. Perubahan ini disebabkan oleh faktor lingkungan dan budaya baru yang berbeda jauh dari lingkungan pesantren, sehingga mempengaruhi kondisi keagamaan mereka.(jalaluddin 2017) Dalam menghadapi era digital, pesantren perlu mengembangkan strategi komunikasi dakwah yang adaptif. Menurut Setyo Budi et al. (2023), dakwah di era globalisasi memberikan ruang bagi seluruh elemen masyarakat untuk berdakwah secara efektif dan inovatif, termasuk generasi muda lulusan pesantren. Strategi komunikasi dakwah yang dibangun secara sistem cenderung positif, namun relasi antar sesama pendakwah dengan mad'u cenderung terjadi lemah secara intensitas (Budi, Hermansah, and Fanshoby 2023).

Pemanfaatan media sosial dalam aktivitas dakwah juga menjadi perhatian penting. Penelitian oleh Syafiq (2024) menunjukkan bahwa media sosial memiliki fungsi yang sangat penting dalam era disrupsi informasi saat ini. Media sosial telah menjadi platform yang sangat berpengaruh dalam menyebarkan pesan

dakwah dan membangun komunitas keagamaan. Dengan memanfaatkan platform-platform seperti Instagram dan YouTube, pondok pesantren dapat mengkomunikasikan pesan-pesan keagamaan kepada audiens yang lebih luas. (Syafiq 2024) Etika komunikasi digital juga menjadi aspek penting dalam dakwah di era digital. Penelitian oleh Setyaningsih (2020) menunjukkan bahwa penanaman etika komunikasi digital di pesantren melalui pemanfaatan e-learning menjadi strategi penting dalam menyongsong era society 5.0. Strategi ini dilakukan berdasarkan standar literasi media Islam daring, yang mencakup prinsip produksi konten, etika distribusi informasi, jaminan akurasi, dan komitmen anti hoaks (Setyaningsih et al. 2020).

Dalam konteks alumni pesantren, strategi komunikasi dakwah yang efektif dapat membantu memperkuat jaringan alumni dan menjaga semangat keislaman di antara mereka. Penelitian oleh Munandar (2022) menunjukkan bahwa strategi komunikasi alumni dalam meningkatkan citra pondok pesantren akibat terdampak berita hoaks melibatkan pendekatan personal, kegiatan sosialisasi bermasyarakat, teladan, dan klarifikasi. Strategi ini bertujuan untuk membangun komunikasi yang baik agar pesan yang disampaikan dapat diterima di masyarakat (Munandar 2022). Meskipun telah ada beberapa penelitian terkait strategi komunikasi dakwah di era digital, masih terdapat kesenjangan dalam penelitian yang secara khusus membahas strategi komunikasi dakwah alumni pesantren dalam memperkuat jaringan alumni. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji secara mendalam strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh IKABA dalam memperkuat jaringan alumni Pondok Pesantren Al-Ishlahuddiny Kediri, Lombok Barat.

Berdasarkan uraian di atas, permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh IKABA dalam memperkuat jaringan alumni Pondok Pesantren Al-Ishlahuddiny Kediri, Lombok Barat? Pertanyaan ini akan dijawab melalui pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus pada IKABA. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh IKABA dalam memperkuat jaringan alumni Pondok Pesantren Al-Ishlahuddiny Kediri, Lombok Barat. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dan solusi yang diterapkan dalam strategi komunikasi dakwah tersebut. Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi dakwah, khususnya dalam konteks alumni pesantren. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi organisasi alumni pesantren lainnya dalam mengembangkan strategi komunikasi dakwah yang efektif dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, yakni suatu pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam realitas sosial berdasarkan pengalaman, pandangan, dan persepsi subjek yang diteliti. Jenis ini dipilih karena fokus penelitian berkaitan erat dengan dinamika komunikasi dakwah dalam konteks organisasi alumni pesantren, yang bersifat kultural, simbolik, dan tidak dapat diukur secara kuantitatif. Sejalan dengan pendapat Creswell dan Poth (2018), pendekatan kualitatif sangat sesuai digunakan untuk mengeksplorasi fenomena sosial yang kompleks serta untuk memahami makna

yang dibangun oleh individu atau kelompok dalam konteks tertentu (Creswell 2017). Adapun pendekatan penelitian yang digunakan adalah studi kasus (case study) dengan IKABA sebagai unit analisis tunggal. Studi kasus memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena spesifik yang terjadi dalam satu konteks sosial tertentu, yaitu bagaimana IKABA membangun dan memperluas jaringan alumni melalui strategi komunikasi dakwah. Menurut Yin (2018), pendekatan studi kasus sangat tepat digunakan ketika peneliti ingin memahami dinamika sosial dan proses yang kompleks dalam kehidupan nyata secara menyeluruh. Dalam konteks ini, pendekatan tersebut memungkinkan pemahaman lebih dalam terhadap strategi-strategi yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, serta faktor-faktor keberhasilan atau kegagalan komunikasi antar alumni di dalam komunitas pesantren (Yin 2018).

Metode utama pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam semi-terstruktur yang melibatkan lima informan kunci, yaitu Ketua Umum, Sekretaris, Kepala Divisi Humas, dan dua alumni dengan latar belakang keaktifan yang berbeda. Teknik wawancara ini memungkinkan penggalian informasi secara terbuka dan fleksibel namun tetap terarah pada fokus penelitian. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi partisipatif pada kegiatan-kegiatan IKABA seperti Reuni Akbar dan kajian daring, serta analisis dokumen terhadap media sosial dan arsip organisasi. Pendekatan triangulasi ini penting untuk meningkatkan keabsahan data (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014), karena memberikan perspektif berlapis dari berbagai sumber informasi. Pemilihan jenis dan pendekatan ini dilandasi oleh kebutuhan untuk memahami fenomena secara mendalam dan kontekstual. Fenomena komunikasi dakwah dalam jaringan alumni pesantren sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai lokal, generasi, dan relasi sosial antaranggota. Oleh karena itu, penelitian kuantitatif dengan angka dan statistik tidak memadai untuk menggambarkan kompleksitas tersebut. Sebaliknya, pendekatan kualitatif memberikan ruang bagi peneliti untuk mendalami narasi, simbol, dan proses yang berlangsung dalam konteks komunitas berbasis nilai keislaman (Miles, Huberman, and Saldaña 2014).

Pendekatan ini memperhatikan dimensi subjektif dan intersubjektif dari komunikasi dakwah, di mana pesan-pesan keagamaan bukan hanya ditransmisikan, tetapi dinegosiasikan dan dimaknai oleh para alumni dalam kerangka sosial mereka. Pendekatan ini juga menyoroti bagaimana media digital seperti WhatsApp, Facebook, dan TikTok tidak hanya menjadi saluran komunikasi, tetapi juga ruang simbolik yang membentuk ulang relasi sosial dan religiusitas alumni pesantren. Studi ini juga menunjukkan bahwa pendekatan studi kasus membantu peneliti menggali konteks dakwah secara holistik, termasuk relasi antar generasi, dinamika organisasi, dan peran teknologi komunikasi. Pendekatan ini tidak hanya mendeskripsikan strategi komunikasi, tetapi juga menjelaskan mengapa strategi tersebut diambil, bagaimana ia dijalankan, serta bagaimana tanggapan dari anggota komunitas. Hal ini selaras dengan pandangan Stake (1995) yang menekankan pentingnya pemahaman kontekstual dalam studi kasus agar peneliti dapat menggambarkan kompleksitas pengalaman sosial secara autentik (Stake 2008).

Penelitian berkontribusi secara nyata pada pengembangan ilmu komunikasi dakwah, khususnya pada ranah dakwah berbasis komunitas digital pesantren. Model yang ditemukan dalam studi ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan

teori komunikasi dakwah kontekstual di era media baru. Penelitian ini juga memberikan kontribusi praktis bagi organisasi alumni serupa untuk merancang strategi komunikasi yang efektif, inklusif, dan berorientasi pada pembentukan solidaritas keagamaan lintas generasi. Secara metodologis, penelitian ini memperlihatkan bahwa metode kualitatif berbasis studi kasus sangat berguna untuk memahami praktik sosial keagamaan kontemporer yang tidak dapat direduksi menjadi angka atau statistik semata. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga eksploratif dan reflektif terhadap perubahan sosial di masyarakat Muslim, khususnya di lingkungan pesantren yang tengah mengalami transformasi dalam hal identitas, jaringan, dan komunikasi.

Hasil dan Pembahasan

Pendekatan Personal dalam Strategi Komunikasi Dakwah IKABA

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan personal menjadi fondasi utama strategi komunikasi dakwah IKABA dalam memperkuat jaringan alumni. Komunikasi interpersonal, yang diwujudkan melalui sapaan personal, telepon, hingga percakapan via pesan singkat, berperan vital dalam membangun ikatan emosional antar alumni. Temuan ini relevan dengan teori komunikasi interpersonal yang dikemukakan DeVito (2019), di mana kedekatan emosional meningkatkan efektivitas pesan dakwah. Melalui pendekatan ini, alumni merasa dihargai secara individual, bukan sekadar bagian dari massa, yang pada akhirnya mendorong keterlibatan aktif dalam berbagai kegiatan IKABA (Devito 2011).

Pemanfaatan Media Digital dalam Dakwah Alumni

IKABA secara adaptif mengintegrasikan media digital sebagai sarana komunikasi dakwah yang efektif di era modern. Media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok digunakan secara strategis untuk menyebarkan informasi kegiatan, dakwah, dan mempererat hubungan antar alumni. Ini sejalan dengan pandangan McQuail (2010) yang menekankan bahwa organisasi kontemporer harus mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi komunikasi massa. Melalui penggunaan media baru, IKABA berhasil menjangkau alumni lintas generasi, mempercepat penyebaran pesan dakwah, dan memperluas jaringan sosialnya secara lebih dinamis (McQuail 2010).

Event Kolektif sebagai Sarana Dakwah dan Solidaritas Alumni

Event kolektif seperti reuni akbar, kajian kitab kuning, Webinar Keislaman, dan program sosial menjadi pilar penting dalam memperkuat rasa solidaritas di antara alumni. Pendekatan berbasis event ini mendukung teori *Uses and Gratifications*, yang menyatakan bahwa individu secara aktif memilih aktivitas sosial untuk memenuhi kebutuhan sosial dan emosionalnya. Dengan menghadirkan pengalaman bersama dalam bingkai nilai-nilai keislaman, IKABA tidak hanya mempererat jaringan alumni, tetapi juga memperdalam internalisasi nilai dakwah dalam kehidupan sehari-hari para anggotanya.

Digitalisasi Database Alumni dan Program "Satu Alumni, Satu Rekrutmen"

Upaya digitalisasi database alumni melalui Google Form dan pengembangan aplikasi berbasis Android menunjukkan bahwa IKABA memahami pentingnya

data dalam manajemen jaringan sosial. Program "Satu Alumni, Satu Rekrutmen" juga menjadi strategi inovatif dalam memperluas jejaring alumni secara eksponensial. Temuan ini sejalan dengan teori *weak ties* yang dipopulerkan oleh Granovetter (1973), bahwa hubungan sosial yang luas, meskipun tidak terlalu intensif, memiliki peran krusial dalam menyebarkan informasi dan memperluas pengaruh organisasi (Granovetter 1973).

Tantangan: Perbedaan Generasi dan Keterbatasan Partisipasi Alumni

Meskipun telah menerapkan berbagai strategi, IKABA menghadapi tantangan serius dalam menjembatani perbedaan preferensi antar generasi alumni. Alumni senior cenderung mengutamakan komunikasi tradisional, sementara generasi muda lebih menyukai media digital dan pendekatan kreatif seperti podcast, vlog, dan konten visual. Selain itu, keterbatasan waktu karena kesibukan pribadi dan profesional menjadi penghambat partisipasi aktif alumni. Tantangan ini mencerminkan dinamika sosial yang semakin kompleks, di mana organisasi dakwah perlu mengembangkan pendekatan yang fleksibel dan adaptif.

Strategi Adaptasi Program Fleksibel dan Forum Dialog Antar Generasi

Sebagai respons terhadap tantangan tersebut, IKABA mengembangkan strategi adaptif berupa program berbasis proyek fleksibel, penghargaan untuk alumni aktif, serta pembentukan forum dialog antar generasi. Inisiatif ini menciptakan ruang kolaboratif yang memungkinkan alumni dari berbagai latar belakang generasi berinteraksi dan berkontribusi secara konstruktif. Pendekatan ini mendukung pentingnya komunikasi multigenerasi dalam organisasi, sebagaimana dikemukakan oleh Williams dan Nussbaum (2001), bahwa keberhasilan organisasi dalam era modern sangat bergantung pada kemampuannya membangun jembatan antar kelompok usia (Williams 2013).

Strategi Komunikasi Dakwah IKABA dalam Memperkuat Jaringan Alumni Ponpes Al-Ishlahuddiny Kediri Lombok Barat

Strategi komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh IKABA menekankan pada kedekatan emosional antaram alumni melalui komunikasi langsung seperti telepon dan pesan pribadi. Pendekatan ini sejalan dengan teori komunikasi interpersonal yang dikemukakan oleh DeVito (2011), yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif bertumpu pada keterbukaan, empati, dukungan, dan sikap positif. Melalui hubungan interpersonal yang erat, pesan dakwah menjadi lebih diterima dan dipahami secara mendalam oleh alumni (Devito 2011). Komunikasi interpersonal juga memperkuat identitas kolektif komunitas alumni. Menurut Berger dan Calabrese (1975) dalam teori *Uncertainty Reduction Theory*, interaksi personal berfungsi untuk mengurangi ketidakpastian antar anggota kelompok, sehingga meningkatkan rasa percaya dan kohesi sosial dalam jaringan alumni (Berger and Calabrese 1975).

Pemanfaatan Media Sosial dalam Komunikasi Dakwah

IKABA aktif memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok sebagai sarana untuk memperluas jangkauan dakwahnya. Pendekatan ini konsisten dengan teori *Uses and Gratifications* (McQuail, 2010), yang menekankan bahwa audiens memilih media berdasarkan kebutuhan

informasi, identitas personal, dan interaksi sosial.(McQuail 2010) Media sosial memungkinkan penyebaran pesan secara cepat, luas, dan dengan biaya minimal, sebagaimana dikemukakan Kaplan dan Haenlein (2010) bahwa media sosial mendemokratisasi komunikasi dengan memperkecil jarak antara komunikator dan audiens. Selain itu, interaktivitas media sosial memungkinkan alumni untuk tidak hanya menjadi penerima pasif, tetapi juga berperan aktif dalam membangun komunitas digital (Kaplan and Haenlein 2010).

Kegiatan Kolektif sebagai Sarana Penguatan Solidaritas

Kegiatan kolektif seperti Reuni Akbar, Kajian Kitab Kuning, dan Webinar Keislaman menjadi arena penting bagi IKABA untuk memperkuat solidaritas alumni. Partisipasi dalam kegiatan ini memberikan peluang bagi alumni untuk memenuhi kebutuhan afiliasi dan aktualisasi diri (Maslow, 1943).(Maslow 1943) Teori Social Capital yang dikemukakan oleh Putnam (2000) juga menjelaskan bahwa pertemuan tatap muka secara berkala memperkuat modal sosial dalam bentuk jaringan kepercayaan dan norma timbal balik, yang sangat penting dalam mempertahankan kohesi organisasi berbasis alumni (Putnam 2001).

Digitalisasi Database dan Ekspansi Jaringan Alumni

Untuk mempercepat perluasan jaringan, IKABA melakukan digitalisasi database melalui Google Forms dan aplikasi mobile sederhana. Inisiatif ini sejalan dengan teori *Strength of Weak Ties* dari Granovetter (1973) yang menunjukkan bahwa hubungan sosial yang tidak terlalu erat justru memperluas jaringan dan membawa informasi baru ke dalam komunitas (Granovetter 1973). Digitalisasi juga mempercepat proses identifikasi alumni yang tersebar di berbagai wilayah, sebagaimana dijelaskan dalam teori *Networked Individualism* Rainie dan Wellman (2012), bahwa jaringan sosial modern lebih bergantung pada individu yang terhubung melalui media digital daripada struktur institusional tradisional (Rainie and Wellman 2012).

Tantangan Intergenerasional dalam Komunikasi Dakwah

Penelitian ini menemukan bahwa perbedaan generasi menjadi tantangan utama dalam strategi komunikasi IKABA. Generasi senior lebih nyaman dengan komunikasi tatap muka, sedangkan generasi muda lebih akrab dengan komunikasi berbasis digital. Menurut Strauss dan Howe (1991) dalam teori generasi, setiap generasi dibentuk oleh pengalaman sosial yang berbeda, sehingga memiliki gaya komunikasi yang unik (Strauss and Howe 1991). Wicaksana, Umar, dan Nurhikmah (2023) menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi lintas generasi membutuhkan strategi adaptif yang mampu menghargai perbedaan nilai dan preferensi media. IKABA mulai membangun forum dialog antar generasi untuk mengatasi ketegangan ini dan menciptakan integrasi komunikasi yang lebih inklusif (Wicaksana, Umar, and Nurhikmah 2024).

Strategi Adaptif dan Inklusif dalam Menghadapi Perubahan Sosial

Menghadapi dinamika sosial dan teknologi yang cepat berubah, IKABA mengadopsi pendekatan komunikasi yang adaptif dan berbasis proyek jangka pendek. Menurut teori *Organizational Adaptability* Burns dan Stalker (1961), organisasi yang mampu beradaptasi secara fleksibel terhadap perubahan

lingkungan akan memiliki keunggulan dalam mempertahankan kelangsungan hidup dan relevansinya. (Burns, Stalker, and Freeman 1969) Program penghargaan bagi alumni aktif dan sistem mentoring antar generasi juga diperkenalkan untuk memperkuat partisipasi. Inovasi ini konsisten dengan prinsip-prinsip partisipasi sukarela yang dipromosikan oleh teori *Civic Voluntarism Model* Verba, Schlozman, dan Brady (1995), yang menyatakan bahwa partisipasi sosial meningkat ketika individu merasa dihargai dan memiliki kesempatan nyata untuk berkontribusi (Verba, Schlozman, and Brady 1995).

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi dakwah yang dikembangkan oleh Ikatan Keluarga Besar Alumni (IKABA) Pondok Pesantren Al-Ishlahuddiny Kediri, Lombok Barat, menunjukkan efektivitas dalam memperkuat jaringan alumni melalui tiga pendekatan utama: komunikasi interpersonal, pemanfaatan media digital, dan kegiatan kolektif dakwah. Komunikasi interpersonal yang dijalin dengan pendekatan empati, keterbukaan, dan intensitas komunikasi membuktikan bahwa hubungan emosional menjadi fondasi keberhasilan membangun solidaritas alumni. Pendekatan ini secara langsung menjawab tujuan penelitian untuk mengevaluasi bagaimana komunikasi dakwah dapat menguatkan ikatan sosial antar alumni pesantren di era transformasi sosial.

Adaptasi terhadap media digital seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok menjadi strategi inovatif dalam menjangkau alumni lintas generasi, khususnya generasi muda. Hal ini menunjukkan bahwa IKABA berhasil mengintegrasikan nilai-nilai tradisional pesantren dengan gaya komunikasi kontemporer yang responsif terhadap perkembangan teknologi. Kegiatan kolektif seperti Reuni Akbar, Kajian Kitab Kuning, dan webinar keislaman memainkan peran penting dalam membangun ruang dakwah bersama yang inklusif dan partisipatif. Ketiga strategi ini bukan hanya memperkuat jaringan alumni secara fungsional, tetapi juga memperluas pengaruh nilai-nilai pesantren di ruang sosial digital yang lebih luas.

Secara teoritis, temuan ini memperkaya literatur komunikasi dakwah berbasis komunitas dengan menekankan pentingnya integrasi antara pendekatan interpersonal dan digital. Penelitian ini juga memperkuat teori komunikasi interpersonal (DeVito, 2011), teori media baru (McQuail, 2010), dan konsep "weak ties" (Granovetter, 1973) dalam konteks jaringan sosial alumni pesantren. Dari sisi praktis, strategi IKABA dapat direplikasi oleh organisasi alumni pesantren lain sebagai model dakwah komunitas yang adaptif dan efektif di era disrupsi digital. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian dilakukan hanya pada satu organisasi alumni di satu pesantren, sehingga hasilnya bersifat kontekstual dan tidak dapat digeneralisasi secara luas. Kedua, keterbatasan waktu dan sumber daya membuat eksplorasi terhadap persepsi alumni generasi muda kurang mendalam. Ketiga, dampak jangka panjang dari strategi komunikasi ini terhadap perubahan perilaku keagamaan alumni belum dapat dievaluasi secara menyeluruh.

penelitian selanjutnya disarankan mengeksplorasi strategi komunikasi dakwah alumni pesantren secara komparatif di berbagai wilayah dan latar budaya yang berbeda, guna melihat dinamika pendekatan komunikasi lintas konteks. Perlu

juga dilakukan studi longitudinal untuk mengukur dampak jangka panjang strategi komunikasi ini terhadap penguatan nilai-nilai keislaman dan keberlanjutan organisasi alumni. Selain itu, aspek komunikasi lintas generasi, keterlibatan gender dalam struktur alumni, serta pengaruh media sosial terhadap pembentukan identitas keislaman alumni merupakan area penting yang masih terbuka untuk dikaji secara lebih mendalam. Temuan ini diharapkan dapat menjadi pijakan awal dalam memperluas wacana dakwah berbasis komunitas pesantren dalam ruang digital dan sosial yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Budi, Agung Setyo, Tantan Hermansah, and Muhammad Fanshoby. 2023. "Strategi Komunikasi Dakwah Moderat Di Era New Media (Studi Kasus Alumni International Muhammadiyah Boarding School Miftahul Ulum Pekajangan-Pekalongan)." *INTERAKSI PERADABAN: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3(1): 16–29. doi:10.15408/interaksi.v3i1.32839.
- Creswell, John W. 2017. *Qualitative Inquiry and Research Design (International Student Edition). Choosing among Five Approaches*. 4th edition. London: SAGE Publications.
- Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antarmanusia Kuliah Dasar*. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Granovetter, Mark S. 1973. "The Strength of Weak Ties." *American Journal of Sociology* 78(6): 1360–80. doi:10.1086/225469.
- jalaluddin, 421206725. 2017. "Perubahan Perilaku Beragama Alumni Pesantren di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry." Undergraduated Thesis. UIN Ar-Raniry Banda Aceh. <http://library.ar-raniry.ac.id> (May 2, 2025).
- Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. 2010. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons* 53(1): 59–68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003.
- Mabrur, Mabrur, and Moh Azwar Hairul. 2022. "Transformasi Dakwah Pesantren di Era Digital; Membaca Peluang dan Tantangan." *An-Nida'* 46(2): 231–50. doi:10.24014/an-nida.v46i2.20864.
- Maslow, A. H. 1943. "A Theory of Human Motivation." *Psychological Review* 50(4): 370–96. doi:10.1037/h0054346.
- McQuail, Denis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. 6. ed. Los Angeles, Calif.: SAGE.
- Miles, Matthew B., A. M. Huberman, and Johnny Saldaña. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Third edition. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, Inc.
- Munandar, Ali. 2022. "Strategi Komunikasi Alumni Dalam Meningkatkan Citra Pondok Pesantren Daarul Abroor Akibat Terdampak Berita Hoaks." undergraduate. UIN raden fatah Palembang.

- <https://repository.radenfatah.ac.id/21808/> (May 2, 2025).
- Putnam, Robert D. 2001. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. 1. Touchstone ed. London: Simon & Schuster [u.a.].
- Rainie, Lee, and Barry Wellman. 2012. *Networked: The New Social Operating System*. The MIT Press. doi:10.7551/mitpress/8358.001.0001.
- Setyaningsih, Rila, Abdullah Abdullah, Edy Prihantoro, and Hustinawaty Hustinawaty. 2020. "Penanaman Etika Komunikasi Digital Di Pesantren Melalui Pemanfaatan E-Learning." *Jurnal Kajian Komunikasi* 8(1): 128. doi:10.24198/jkk.v8i1.24538.
- Stake, Robert E. 2008. "Qualitative Case Studies." In *Strategies of Qualitative Inquiry, 3rd Ed*, Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc, 119–49.
- Strauss, William, and N. G. Howe. 1991. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York London Toronto Sydney: Harper Perennial.
- Syafiq, Alfandy. 2024. "Fungsi Media Sosial Dalam Aktivitas Dakwah Di Era Disrupsi Pada Pondok Pesantren Insan Mulia Boarding School Pringsewu." Undergraduated Thesis. Uin Raden Intan Lampung. <https://repository.radenintan.ac.id/31976/> (May 2, 2025).
- Verba, Sidney, Kay Lehman Schlozman, and Henry E. Brady. 1995. *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Harvard University Press. doi:10.2307/j.ctv1pnc1k7.
- Wicaksana, Muhammad Arif Wira, Muhammad Fitrah Ramadhan Umar, and Nurhikmah Nurhikmah. 2024. "Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Consumer Satisfaction Pelanggan Rumah Makan Buguri: Fakultas Psikologi Universitas Bosowa." *Jurnal Psikologi Karakter* 4(1): 191–97. doi:10.56326/jpk.v4i1.3737.
- Williams, Angie. 2013. *Intergenerational Communication Across the Life Span*. Mahwah, N.J: L. Erlbaum.
- Yin, Robert K. 2018. *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Sixth edition. Los Angeles: Sage.