

Strategi Komunikasi Dakwah KODASA (Korps Dakwah Santri) Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi

Ahmad Rosidan Anas¹⁾, Agus Baihaqi²⁾

¹⁾Universitas KH. Mukhtar Syafaat, Banyuwangi, Indonesia

²⁾Universitas KH. Mukhtar Syafaat, Banyuwangi, Indonesia

e-mail Correspondent: ahmadrosidananas423@gmail.com abi.jpraba@gmail.com

Received: 12-06-2025

Revised: 17-06-2025

Accepted: 09-07-2025

Info artikel	Abstract
<p>Keywords: <i>Preaching communication strategy, Santri Preaching Corps (Kodasa), Persuasive Communication</i></p> <p>Kata Kunci : <i>Strategi komunikasi dakwah, Korps Dakwah Santri (Kodasa), Komunikasi Persuasif.</i></p>	<p>This research discusses the communication strategies of preaching applied by the Santri Preaching Corps (KODASA) at the Darussalam Islamic Boarding School in Blokagung Banyuwangi in conveying Islamic values to students and the community. Using a descriptive qualitative approach, this study aims to identify the forms of KODASA's communication strategies, analyze the media and methods used, and evaluate the supporting and hindering factors in their implementation. The theoretical foundation used is the theory of preaching communication, particularly the persuasive communication model and the two-step flow communication model. Data collection techniques include field observations, in-depth interviews with KODASA members and supervisors of the boarding school, as well as documentation of preaching activities. The results of the study indicate that KODASA implements a communication strategy that is humanistic and contextual, using methods such as lectures, training, interactive discussions, and the utilization of YouTube media. The real impact of the strategies implemented by Kodasa is evident in the increased understanding and participation of students in religious activities. Supporting factors include full support from the pesantren and the enthusiasm of the students, while the inhibiting factors are limited media facilities and a lack of enthusiasm from the community. This study emphasizes the importance of adaptive and collaborative communication strategies in strengthening pesantren-based preaching.</p> <p>Abstrak. Penelitian ini membahas strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Korps Dakwah Santri (KODASA) Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada santri dan masyarakat. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk strategi komunikasi dakwah KODASA, menganalisis media dan metode yang digunakan, serta mengevaluasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaannya. Landasan teori yang digunakan adalah teori komunikasi dakwah, khususnya model komunikasi persuasif dan model komunikasi dua tahap (two-step flow). Teknik pengumpulan data meliputi observasi lapangan, wawancara mendalam dengan anggota KODASA dan pembina pesantren, serta dokumentasi kegiatan dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KODASA menerapkan strategi komunikasi yang bersifat humanis dan kontekstual, dengan</p>

	<p>metode ceramah, pelatihan, diskusi interaktif, dan pemanfaatan media YouTube. Dampak nyata dari strategi yang diterapkan kodasa ini terlihat dari meningkatnya pemahaman dan partisipasi santri dalam kegiatan keagamaan. Adapun faktor pendukung antara lain adalah dukungan penuh dari pesantren dan antusiasme santri, sedangkan faktor penghambat yakni keterbatasan fasilitas media dan kurangnya antusias dari masyarakat. Penelitian ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi yang adaptif dan kolaboratif dalam penguatan dakwah berbasis pesantren.</p>
--	--

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan bagian integral dari ajaran Islam yang berfungsi sebagai media penyampaian ajaran-ajaran agama Islam kepada umat (Aziz, 2017). Dalam konteks sosial yang semakin dinamis, dakwah tidak hanya dituntut menyentuh aspek teologis, tetapi juga harus mampu menjawab tantangan komunikasi yang terjadi di tengah perkembangan masyarakat modern. Oleh karena itu, strategi komunikasi dalam aktivitas dakwah menjadi hal penting untuk dikaji secara mendalam, terutama dalam konteks kelembagaan dan komunitas keagamaan seperti pesantren.

Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional memiliki posisi strategis dalam proses pembentukan karakter dan pemahaman keagamaan masyarakat (Zarkasyi, 2010). Salah satu pesantren besar yang memiliki peran aktif dalam dakwah adalah Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. Di dalamnya terdapat berbagai organisasi santri yang turut berkontribusi dalam penguatan nilai-nilai Islam, salah satunya adalah KODASA (Korps Dakwah Santri). KODASA merupakan organisasi intra-pesantren yang secara khusus bergerak dalam bidang dakwah dan pembinaan rohani, baik kepada sesama santri maupun kepada masyarakat di luar pesantren.

Di tengah perkembangan teknologi informasi dan media digital, KODASA tidak hanya melakukan dakwah secara konvensional melalui ceramah atau pengajian langsung, tetapi juga memanfaatkan platform digital seperti YouTube sebagai sarana penyebaran pesan dakwah (Rahman, 2022). Hal ini menjadi menarik untuk diteliti, sebab keberhasilan dakwah dalam konteks kekinian sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam memilih strategi komunikasi yang tepat, efektif, dan kontekstual. Pendekatan humanis, dialogis, serta penguasaan terhadap media menjadi aspek penting yang menentukan tercapainya tujuan dakwah (Effendy, 2003).

Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi: (1) Bagaimana bentuk strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh organisasi KODASA? (2) Apa saja media dan metode komunikasi yang

digunakan oleh KODASA dalam menyampaikan pesan dakwah? (3) Faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi komunikasi dakwah oleh KODASA?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh KODASA Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi media dan metode komunikasi yang digunakan dalam penyampaian dakwah, serta mengungkap berbagai faktor yang menjadi pendukung maupun penghambat dalam pelaksanaan strategi tersebut. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu komunikasi dakwah serta memberikan gambaran praktis bagi pelaku dakwah di pesantren dalam merancang strategi dakwah yang efektif.

Dalam mengkaji fenomena ini, teori komunikasi dakwah menjadi landasan utama. Dua model yang digunakan sebagai pijakan analisis adalah model komunikasi persuasif dan model komunikasi dua tahap (*two-step flow*). Model komunikasi persuasif menjelaskan bagaimana pesan disampaikan dengan cara yang mampu memengaruhi sikap dan perilaku audiens melalui pendekatan yang meyakinkan, logis, dan menyentuh emosional (Perloff, 2017). Sementara itu, model komunikasi dua tahap menyoroti pentingnya peran pemuka opini atau tokoh sentral dalam menyebarkan pesan kepada audiens yang lebih luas (Katz & Lazarsfeld, 1955). Dalam konteks KODASA, para santri yang tergabung dalam organisasi ini dapat berperan sebagai *opinion leader* dalam menyebarkan nilai-nilai Islam kepada santri lain maupun masyarakat sekitar.

Penelitian-penelitian terdahulu tentang strategi komunikasi dakwah di pesantren telah banyak dilakukan. Misalnya, penelitian oleh Latifah (2020) yang meneliti strategi dakwah santri di Pesantren Tebuireng menekankan pentingnya pendekatan partisipatif dalam kegiatan dakwah. Sementara itu, Rahman (2022) dalam penelitiannya tentang penggunaan media sosial dalam dakwah milenial menunjukkan bahwa media digital memberikan dampak signifikan terhadap perluasan jangkauan dakwah. Namun, kajian yang secara spesifik meneliti strategi komunikasi dakwah berbasis kelembagaan santri, seperti KODASA, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dalam menggali dinamika strategi komunikasi dakwah dari dalam struktur organisasi santri di lingkungan pesantren besar yang memiliki jaringan luas dan pendekatan dakwah yang cukup beragam.

Dari sisi kebaruan, penelitian ini tidak hanya melihat efektivitas pesan dakwah, tetapi juga memperhatikan faktor sosial-budaya yang melingkupi proses komunikasi dakwah itu sendiri. Misalnya, bagaimana antusiasme santri, dukungan pengasuh pesantren, serta respon masyarakat turut

membentuk dinamika komunikasi yang terjadi. Penelitian ini juga menggabungkan pendekatan tradisional dakwah dengan analisis penggunaan media digital, yang mencerminkan transformasi dakwah pesantren di era modern.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan holistik terhadap strategi komunikasi dakwah yang dijalankan oleh KODASA. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan anggota KODASA dan pembina pesantren, serta dokumentasi kegiatan dakwah. Data dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana diusulkan oleh Miles dan Huberman (1994).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh KODASA (Korps Dakwah Santri) di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung, Banyuwangi. Penelitian kualitatif bersifat naturalistik dan menekankan pada makna, pemahaman, serta interpretasi atas fenomena sosial dalam konteks kehidupan nyata (Denzin & Lincoln, 2009; Moleong, 2017). Melalui pendekatan ini, peneliti berusaha untuk menggali informasi secara mendalam terkait bentuk strategi komunikasi dakwah, media dan metode yang digunakan, serta faktor-faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi pelaksanaan strategi dakwah tersebut.

Karakteristik keilmuan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat interdisipliner antara ilmu komunikasi dan studi keislaman, khususnya komunikasi dakwah. Ilmu komunikasi digunakan sebagai dasar untuk menganalisis bentuk strategi dan teknik penyampaian pesan, sedangkan studi keislaman memberikan kerangka dalam memahami isi dan tujuan dakwah yang dilakukan oleh KODASA. Pendekatan interdisipliner ini penting untuk menjembatani antara teori komunikasi modern dan nilai-nilai keislaman yang menjadi fondasi dakwah (Effendy, 2006).

Bahan penelitian meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari lapangan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap kegiatan KODASA. Sumber data utama terdiri dari pengurus KODASA, anggota aktif, serta pihak terkait di lingkungan Pondok Pesantren Darussalam. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan, dokumen

organisasi, buku pedoman dakwah, laporan kegiatan, serta arsip media sosial sebagai media pendukung aktivitas dakwah KODASA.

Alat yang digunakan dalam pengumpulan data meliputi pedoman wawancara semi-terstruktur, catatan lapangan, kamera untuk dokumentasi visual, serta alat perekam suara. Pedoman wawancara disusun untuk menggali informasi sesuai dengan rumusan masalah, namun tetap terbuka terhadap kemungkinan munculnya data baru di lapangan. Alat-alat ini mendukung peneliti dalam memperoleh data yang valid dan dapat dipercaya (Sugiyono, 2016).

Penelitian ini dilaksanakan di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung yang terletak di Kecamatan Tegalsari, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Lokasi ini dipilih karena merupakan pusat kegiatan KODASA sebagai organisasi dakwah santri yang memiliki struktur dan program kerja yang jelas. KODASA juga memiliki peran strategis dalam menyampaikan nilai-nilai Islam kepada santri dan masyarakat sekitar, sehingga menjadi objek yang relevan untuk dikaji dalam konteks komunikasi dakwah.

Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung selama dua bulan, yaitu dari bulan Mei hingga Juni 2025. Proses pengumpulan data lapangan dilakukan secara bertahap, mulai dari observasi awal, wawancara mendalam, hingga analisis dokumen. Rentang waktu ini memberikan keleluasaan bagi peneliti untuk memahami dinamika kegiatan KODASA secara lebih komprehensif.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, artinya bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta yang ada di lapangan. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis, melainkan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang praktik komunikasi dakwah yang dilakukan oleh KODASA (Nasution, 2003).

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Observasi partisipatif dilakukan dengan cara mengikuti langsung kegiatan dakwah yang dilakukan oleh KODASA, seperti pengajian, pelatihan dakwah, dan kegiatan sosial kemasyarakatan. Wawancara mendalam dilakukan terhadap informan kunci, yaitu para pengurus dan anggota aktif KODASA, serta tokoh-tokoh pondok yang memahami peran dan kontribusi organisasi tersebut. Studi dokumentasi dilakukan terhadap dokumen-dokumen organisasi, laporan kegiatan, serta unggahan media sosial yang mencerminkan kegiatan dakwah.

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Analisis tematik dilakukan dengan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data lapangan, kemudian mengkategorikan data sesuai dengan rumusan masalah penelitian. Proses analisis dimulai dari transkripsi data wawancara, pengkodean, kategorisasi, hingga penarikan kesimpulan (Braun & Clarke, 2006). Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Patton, 2002).

Selain itu, data dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana diusulkan oleh Miles dan Huberman (1994). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menata data secara sistematis dan membuat interpretasi yang bermakna atas fenomena dakwah yang diamati.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Bentuk Strategi Komunikasi Dakwah yang Diterapkan oleh Organisasi KODASA

Strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh KODASA mencerminkan pendekatan yang integratif, yakni menggabungkan strategi interpersonal dan strategi berbasis media digital. Strategi interpersonal diwujudkan melalui pelaksanaan halaqah yang rutin dilaksanakan di rumah warga secara bergilir setiap minggu. Dalam kegiatan ini, biasanya hadir antara 20 hingga 40 peserta, dengan ketua jam'iyah yang bertindak sebagai penghubung antara KODASA dan masyarakat. Melalui pendekatan ini, terjadi komunikasi dua arah yang bersifat partisipatif serta kedekatan emosional antara masyarakat dan pesantren. Strategi ini menjadi salah satu bentuk dakwah langsung (face-to-face) yang memperkuat hubungan sosial dan keagamaan.

Selain pendekatan interpersonal, KODASA juga mengembangkan strategi komunikasi berbasis media digital. Pemanfaatan media ini menunjukkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan zaman dan kebutuhan audiens yang semakin digital. WhatsApp digunakan sebagai sarana komunikasi cepat dan penyebaran informasi dakwah, sedangkan YouTube dijadikan kanal untuk mempublikasikan materi dakwah visual seperti ceramah, dokumentasi kegiatan, dan konten edukatif lainnya. Kedua pendekatan ini digunakan secara komplementer dalam rangka memperluas jangkauan dakwah dan menjangkau berbagai segmen masyarakat.

Media dan Metode Komunikasi yang Digunakan oleh KODASA dalam Menyampaikan Pesan Dakwah

Dalam menyampaikan pesan dakwahnya, KODASA menggunakan media komunikasi yang bersifat tradisional dan modern secara seimbang. Media utama yang digunakan adalah grup WhatsApp, yang berfungsi untuk menyebarkan materi dakwah harian seperti kutipan ayat Al-Qur'an, hadis, nasihat ulama, infografik, dan video pendek. WhatsApp dinilai efektif karena menjangkau anggota secara real-time dan menciptakan komunikasi dua arah yang cepat dan responsif. Di samping itu, KODASA juga memanfaatkan platform YouTube sebagai media publikasi ceramah dan dokumentasi kegiatan dakwah. Kanal ini memungkinkan konten dakwah menjangkau masyarakat di luar lingkungan pesantren, termasuk generasi muda yang lebih terbiasa dengan konten visual dan digital.

Adapun metode komunikasi yang digunakan dalam aktivitas dakwah antara lain: (1) ceramah konvensional yang menjadi metode utama dalam menyampaikan pesan keislaman, baik di lingkungan pesantren maupun masyarakat umum; (2) diskusi interaktif, yang memberikan ruang bagi jamaah untuk berdialog, bertanya, dan mendalami materi dakwah secara aktif; (3) pelatihan internal bagi santri, yang meliputi teknik berbicara, penyusunan materi dakwah, dan etika berdakwah, serta (4) pengajian eksternal yang dilaksanakan secara bergilir di masjid, mushola, atau rumah warga. Pendekatan ini menunjukkan keseriusan KODASA dalam membangun sistem dakwah yang berkelanjutan dan adaptif terhadap dinamika sosial masyarakat.

Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pelaksanaan Strategi Komunikasi Dakwah oleh KODASA

Dalam pelaksanaan strategi dakwah, terdapat sejumlah faktor yang memengaruhi keberhasilan KODASA, baik yang bersifat mendukung maupun menghambat. Faktor pendukung utama adalah adanya dukungan penuh dari lembaga pesantren, khususnya dari pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung yang memberikan legitimasi struktural, ideologis, dan fasilitas untuk kegiatan dakwah. Selain itu, tingginya partisipasi dan antusiasme santri menjadi kekuatan internal yang mendorong keberlangsungan kegiatan dakwah. Santri tidak hanya aktif dalam kegiatan pengajian, tetapi juga terlibat dalam produksi dan penyebaran konten digital dakwah. Selanjutnya, hubungan sosial yang harmonis antara KODASA dan masyarakat sekitar mempermudah pelaksanaan dakwah eksternal dan memperkuat posisi pesantren sebagai pusat pembinaan masyarakat.

Namun demikian, terdapat juga faktor penghambat yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah keterbatasan fasilitas dan infrastruktur media, seperti minimnya perangkat produksi konten digital, koneksi internet yang tidak stabil, serta peralatan perekaman yang belum memadai. Di samping itu, tingkat literasi media dan teknologi di kalangan anggota KODASA belum merata, sehingga menghambat proses inovasi dan optimalisasi media digital. Terakhir, respon masyarakat yang belum sepenuhnya optimal terhadap kegiatan dakwah, baik karena kesibukan, perbedaan latar belakang keagamaan, maupun kurangnya pemahaman terhadap metode dakwah yang digunakan, menjadi tantangan tersendiri dalam perluasan pengaruh dakwah KODASA.

DISCUSSION (Pembahasan)

Bentuk Strategi Komunikasi Dakwah yang Diterapkan oleh Organisasi KODASA

Dalam bagian hasil penelitian ditemukan bahwa KODASA menggunakan strategi interpersonal dan media digital.

Tabel 1. Strategi Komunikasi Dakwah KODASA

No	Jenis Strategi	Bentuk Implementasi
1	Interpersonal	Halaqah mingguan di rumah warga
2	Media Digital	WhatsApp, YouTube, penyebaran konten dakwah digital

Strategi komunikasi dakwah KODASA yang memadukan pendekatan interpersonal dan media digital menunjukkan pemahaman yang kuat terhadap konteks sosial masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Strategi interpersonal melalui halaqah terbukti mampu menciptakan ruang komunikasi yang akrab dan intensif, yang secara psikologis mendekatkan pesan dakwah dengan kehidupan keseharian masyarakat. Interaksi langsung dalam halaqah memberikan ruang dialog, klarifikasi, dan refleksi spiritual yang lebih mendalam dibandingkan komunikasi satu arah. Hal ini sesuai dengan pandangan Effendy (2003) yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal efektif karena bersifat empatik, terbuka, dan personal, yang sangat diperlukan dalam pembentukan kesadaran keagamaan.

Sementara itu, pemanfaatan strategi media digital menunjukkan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan zaman dan pergeseran perilaku komunikasi masyarakat. WhatsApp sebagai media komunikasi yang bersifat cepat, fleksibel, dan akrab digunakan, sangat tepat untuk membangun jejaring dakwah yang berkelanjutan dan real-time. Sedangkan YouTube memberikan kontribusi penting dalam menyebarkan dakwah kepada audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang lebih menyukai format visual. Strategi ini selaras dengan tren dakwah modern yang mendorong transformasi dari dakwah konvensional ke dakwah digital, sebagaimana dikemukakan oleh Firdaus (2019) yang menyebutkan bahwa dakwah digital menjadi alternatif yang relevan dalam menjangkau masyarakat luas di era disrupsi teknologi informasi.

Kombinasi strategi interpersonal dan digital ini tidak hanya memperluas jangkauan dakwah, tetapi juga menciptakan segmentasi dakwah yang disesuaikan dengan kebutuhan audiens. Masyarakat yang lebih senang dengan interaksi langsung dilayani melalui halaqah dan pengajian, sementara generasi digital dapat mengakses dakwah melalui konten online. Hal ini menunjukkan bahwa KODASA tidak hanya menyesuaikan media dakwah, tetapi juga mengkontekstualisasikan strategi berdasarkan kondisi demografis dan psikologis audiens, sebagaimana dianjurkan oleh McQuail (2010) bahwa pemilihan media dan metode komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik audiens agar pesan dapat diterima secara efektif.

Media dan Metode Komunikasi Dakwah yang Digunakan oleh KODASA

Media yang digunakan KODASA dalam dakwah menunjukkan efektivitas dalam menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Penggunaan WhatsApp terbukti mampu mengakomodasi kebutuhan komunikasi internal dan penyebaran materi dakwah yang ringkas, ringan, dan mudah dibagikan. Di sisi lain, YouTube sebagai media publik menjadi sarana dokumentasi sekaligus penyebaran konten dakwah secara luas dan profesional. Strategi pemilihan media ini sejalan dengan karakteristik dakwah digital yang menekankan kecepatan akses, kemudahan distribusi, dan potensi viralitas pesan dakwah (Rahman, 2022; Hidayatullah, 2021). Selain itu, integrasi media digital dalam aktivitas dakwah telah terbukti meningkatkan partisipasi jamaah, memperluas jangkauan pesan, dan memfasilitasi komunikasi dua arah secara real-time (Amiruddin & Nasution, 2020).

Sedangkan dalam hal metode, berbagai metode diterapkan oleh KODASA.

Tabel 2. Metode Komunikasi Dakwah KODASA

No	Metode Dakwah	Keterangan	Target
1	Ceramah Konvensional	Menyampaikan materi dalam forum pengajian rutin	Masyarakat
2	Diskusi Interaktif	Memberi ruang tanya-jawab dan dialog dua arah	Masyarakat
3	Pelatihan Kader Dakwah	Meningkatkan kemampuan santri sebagai calon dai	Santri
4	Pengajian Eksternal	Dakwah keliling di masyarakat (masjid, mushola, rumah warga)	Santri

Dari sisi metode, ceramah konvensional tetap menjadi metode dominan dalam dakwah KODASA. Namun, keunggulan organisasi ini terletak pada diversifikasi metode dakwah, seperti diskusi interaktif dan pelatihan kader. Metode diskusi memungkinkan terjadinya dakwah yang partisipatif dan reflektif, di mana jamaah tidak hanya menjadi pendengar pasif, tetapi juga menjadi pelaku aktif dalam proses pemahaman agama. Ini mendukung teori pembelajaran konstruktivistik dalam dakwah, yang menekankan bahwa pemahaman spiritual dibangun secara dialogis, bukan hanya diberikan secara sepihak.

Selain itu, pelatihan kader dakwah menunjukkan adanya kesadaran pentingnya regenerasi dai yang berkompeten. Pelatihan ini menyiapkan santri untuk tidak hanya memahami isi dakwah, tetapi juga menguasai teknik komunikasi dan etika penyampaian. Ini sejalan dengan konsep "capacity building" dalam manajemen dakwah, di mana keberlanjutan dakwah harus dibangun melalui penguatan sumber daya manusianya.

Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pelaksanaan Strategi Komunikasi Dakwah KODASA

Faktor-faktor pendukung yang dimiliki oleh KODASA menjadi fondasi yang kokoh dalam pelaksanaan strategi dakwah. Dukungan penuh dari pesantren sebagai lembaga induk memberikan legitimasi yang kuat, baik secara struktural maupun ideologis. Partisipasi aktif santri juga

memperlihatkan bahwa KODASA bukan hanya wadah formal, melainkan komunitas yang hidup dan dinamis. Relasi sosial yang harmonis antara KODASA dan masyarakat memperkuat efektivitas komunikasi dakwah, karena pesan yang disampaikan diterima oleh komunitas yang sudah memiliki hubungan emosional dan kepercayaan.

Namun demikian, tantangan yang dihadapi tidak bisa diabaikan. Keterbatasan infrastruktur digital seperti kamera, komputer, dan koneksi internet menjadi kendala teknis yang berdampak langsung pada kualitas dan konsistensi produksi konten. Selain itu, kurangnya literasi media dan teknologi di kalangan sebagian anggota membuat proses digitalisasi dakwah berjalan lambat. Persoalan ini mengindikasikan perlunya pelatihan tambahan yang bersifat teknis agar transformasi dakwah digital berjalan optimal.

Rendahnya respons sebagian masyarakat terhadap kegiatan dakwah, baik online maupun offline, juga menunjukkan adanya kesenjangan antara pendekatan yang digunakan dengan karakteristik audiens. Hal ini menjadi refleksi bahwa strategi dakwah perlu dievaluasi secara berkala, disesuaikan dengan perubahan perilaku masyarakat, dan dilengkapi dengan pendekatan kontekstual yang lebih fleksibel dan kreatif. KODASA perlu terus melakukan pembacaan sosial atas audiensnya agar strategi yang diterapkan tetap relevan dan berdampak.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa KODASA (Korps Dakwah Santri) Pondok Pesantren Darussalam Blokagung berhasil mengembangkan strategi komunikasi dakwah yang adaptif dan kontekstual. Strategi ini memadukan pendekatan interpersonal, ceramah langsung, dan pemanfaatan media digital dalam menyampaikan pesan keislaman kepada santri dan masyarakat sekitar.

Dalam pelaksanaannya, KODASA menggunakan berbagai media dan metode komunikasi yang efektif. Grup WhatsApp digunakan untuk komunikasi internal dan penyebaran materi dakwah, sementara YouTube dimanfaatkan untuk mendokumentasikan kajian dan menyebarkan konten dakwah secara lebih luas. Metode ceramah, diskusi interaktif, pelatihan dakwah, dan pengajian masyarakat dijalankan secara rutin sebagai bagian dari strategi terstruktur.

Faktor-faktor pendukung dalam pelaksanaan strategi ini antara lain adalah dukungan dari pengasuh pesantren, partisipasi aktif santri, dan hubungan sosial yang baik dengan masyarakat. Namun,

terdapat pula faktor penghambat seperti keterbatasan fasilitas media digital, rendahnya literasi teknologi, serta kurangnya antusiasme dari sebagian masyarakat terhadap kegiatan dakwah.

Dari sisi teori, strategi komunikasi KODASA mencerminkan penerapan model komunikasi dua tahap, di mana santri berperan sebagai opinion leader dalam menyampaikan pesan ke masyarakat. Strategi persuasif juga diterapkan dengan menyesuaikan gaya komunikasi sesuai kebutuhan dan karakteristik audiens, sehingga pesan dakwah dapat diterima secara efektif dan membekas secara emosional.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi dakwah yang diterapkan KODASA membuktikan pentingnya integrasi antara pendekatan tradisional dan digital. Keberhasilan dakwah pesantren tidak hanya bergantung pada materi keislaman, tetapi juga pada kemampuan dalam membangun komunikasi yang responsif, kolaboratif, dan relevan dengan tantangan era modern.

REFERENCES (DAFTAR PUSTAKA)

- Aziz, M. (2017). Ilmu dakwah: Kajian teoritis dan praktis. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). *The SAGE handbook of qualitative research* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Effendy, O. U. (2003). Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2006). Ilmu, teori, dan filsafat komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Firdaus, M. (2019). Dakwah digital di era milenial: Studi atas pemanfaatan media sosial dalam penyebaran ajaran Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(2), 135–150. <https://doi.org/10.15642/jki.2019.9.2.135-150>
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. Glencoe, IL: Free Press.
- Latifah, N. (2020). Strategi dakwah partisipatif santri di Pesantren Tebuireng. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 8(2), 145–158.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446261355>

- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. (2003). *Metode penelitian naturalistik kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Perloff, R. M. (2017). *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the 21st century* (6th ed.). New York, NY: Routledge.
- Rahman, A. (2022). Dakwah milenial dan pemanfaatan media sosial: Studi kasus YouTube dalam penyebaran pesan keislaman. *Jurnal Komunikasi Islam dan Dakwah Digital*, 4(1), 33–47.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zarkasyi, A. (2010). *Manajemen pesantren: Konsep dan aplikasinya dalam lembaga pendidikan Islam*. Yogyakarta: Grafindo Litera Media.
- .