

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Hegemoni Gramsci

Antonio Gramsci adalah seorang intelektual besar di kalangan kaum kiri, yang disebut sebagai pemikir terbesar setelah Karl Marx. Pemikiran-pemikiran Gramsci tertuang dalam banyak artikel yang dimuat di media massa, dan dalam buku-buku karyanya seperti; *Prison Notebook, The Modern Prince and Other Political Writing, Selection from the Prison Notebooks, Letters from Prison, Selection from Political Writing, Selection from Cultural Writing*, dan sebagainya. Dari seluruh karya dan tulisannya, hegemoni dinilai sebagai ide sentral dan orisinal yang dikembangkan Gramsci.

Teori Hegemoni dipandang telah membawa perubahan besar dan menimbulkan perdebatan pemikiran atas teori-teori perubahan sosial, terutama bagi yang menghendaki perubahan radikal dan revolusioner. Konsep-konsep pemikiran Gramsci tentang *hegemony, civil society, political society, counter hegemony, war of position, war of movement, intellectual organic* dan perannya dalam transformasi sosial, adalah gagasan-gagasan yang dinilai brilian dan memberi sumbangan penting pada perkembangan teori-teori sosial, dan menumbuhkan kesadaran politik kritis. Konsep pemikirannya tentang hegemoni juga mendorong perumusan kembali watak kelas, kekuatan-kekuatan sosial dan makna sejati dari kekuasaan dan dominasi.¹

¹ Endah Siswati, *Anatomi Teori Hegemoni Antonio Gramsci*, Jurnal Translitera Edisi 5/2017, 21

Perspektif teori hegemoni Antonio Gramsci, kekuasaan tidak hanya dijalankan secara represif, tetapi juga melalui dominasi ideologis yang diterima secara sukarela oleh masyarakat. Hegemoni dipahami sebagai kesepakatan yang diperoleh melalui kepemimpinan politik dan ideologis yang diterima oleh kelompok yang didominasi. Dalam konteks Pondok Pesantren, penggunaan stiker meme sebagai media dakwah oleh Tim Media Pondok Pesantren merupakan bentuk hegemoni budaya. Pesan-pesan keislaman dikemas dalam bentuk visual yang ringan, lucu, dan dekat dengan keseharian santri. Hal ini mencerminkan upaya untuk menyampaikan nilai-nilai agama melalui media yang mudah diterima oleh kalangan muda, khususnya di lingkungan pesantren.²

Penggunaan stiker meme sebagai media dakwah adalah representasi dari apa yang disebut Gramsci sebagai "organisasi ideologi dalam bentuk sehari-hari".³ Meme berisi dawuh kiai, pesan moral, dan nilai-nilai spiritual bukan hanya alat komunikasi biasa, tetapi juga menjadi instrumen ideologis yang membentuk cara berpikir dan sikap santri secara perlahan namun mendalam. Santri tidak merasa dipaksa, melainkan merasa dekat dan terhubung dengan nilai-nilai tersebut karena bentuk penyampaiannya yang familiar dan sesuai dengan selera generasi muda.

Dengan demikian, strategi dakwah melalui stiker meme dapat dipahami sebagai wujud dari hegemoni budaya, di mana dominasi nilai-nilai Islam dilakukan secara halus, komunikatif, dan diterima secara sukarela oleh para santri.

² Mafrukhi, Rustono, Subiyantoro, & Muh. Doyin. (2019). *Hegemoni sosial, budaya, dan kekuasaan wacana sastra buku teks bahasa Indonesia SMA*. Seminar Nasional Pascasarjana, Program Doktorat Studi Ilmu Pendidikan Bahasa Indonesia, Pascasarjana Unnes. ISSN 2686-6404.

³ Simon During, (1999) *The Cultural Studies Reader*, 2nd ed. London: Routledge, hlm. 432

Hal ini menunjukkan bagaimana pesan dakwah mampu menyesuaikan diri dengan dinamika budaya dan perkembangan teknologi, sekaligus mempertahankan otoritas kultural pesantren sebagai pusat transmisi nilai⁴

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan upaya untuk menyampaikan ajaran Islam dan nilai-nilai keislaman kepada umat melalui berbagai metode dan media. Dakwah tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi secara lisan, tetapi juga mencakup penanaman nilai, transformasi sosial, dan pembentukan karakter umat. Dalam konteks ini, dakwah dilihat sebagai kewajiban kolektif bagi setiap muslim untuk membimbing dan mengajak kembali kepada ajaran yang murni serta relevan dengan kondisi zaman.⁵ Pendekatan modern dalam dakwah pun mengintegrasikan teknologi digital guna menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam, sehingga menghasilkan bentuk dakwah yang lebih adaptif dan inovatif.⁶

Dakwah bil kitabah merujuk pada penyebaran ajaran Islam melalui bentuk tulisan, seperti buku, majalah, pamflet, atau media digital yang mengandung teks dan gambar. Menurut Enjang dan Aliyudin, dakwah bil kitabah memiliki keunggulan dalam keberlanjutan pesan, karena konten yang disampaikan dapat diakses dan dipahami berulang kali oleh audiens. Pendekatan ini

⁴ John B. Thompson, *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication* (Cambridge: Polity Press, 1990), hlm. 135–138.

⁵ M.Ali, *Modern Perspectives on Dakwah in the Digital Era*. 69

⁶ Suleiman, "Dakwah and Social Media: Contemporary Challenges." 23-45

memungkinkan pesan-pesan keislaman untuk ditransmisikan secara mendalam dan konsisten, serta berperan sebagai referensi yang selalu dapat diulang dan ditinjau kembali oleh para penerima pesan.⁷

Dalam era digital, media komunikasi memainkan peran penting dalam cara pesan dakwah disampaikan dan diterima. Teori komunikasi, terutama konsep "*the medium is the message*" yang dikemukakan oleh McLuhan, menjelaskan bahwa media yang digunakan tidak hanya sebagai saluran penyampai pesan, melainkan juga mempengaruhi interpretasi dan pemahaman pesan tersebut. Penggunaan media visual dan digital memungkinkan dakwah untuk disampaikan dengan cara yang lebih interaktif dan menarik, sehingga mampu menjangkau generasi muda yang lebih responsif terhadap inovasi teknologi.⁸

2. Jenis-jenis Dakwah

Metode merupakan suatu cara yang paling tepat dan bijaksana dalam berpikir untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks dakwah, metode dakwah adalah langkah, usaha, atau jalur yang digunakan untuk meraih tujuan dakwah tersebut. Allah yang Maha Adil memberikan keadilan dan kebijaksanaan-Nya kepada umat manusia dalam proses dakwah.⁹ Pendapat lain mengatakan bahwa metode ilmu dakwah meliputi:

⁷ Enjang and Aliyudin, *Dakwah Bil Kitabah: Konsep Dan Aplikasi Dalam Penyebaran Islam*. 45-46

⁸ A Alta, A A Zahra, and A N Fauzi, "Membantu Petani Keluar Dari Perangkap Kemiskinan Melalui Penghidupan Berkelanjutan," no. 15 (2023), 13

<https://repository.cips-indonesia.org/ru/publications/567350/membantu-petani-keluar-dari-perangkap-kemiskinan-melalui-penghidupan-berkelanjut%0Ahttps://repository.cips-indonesia.org/media/publications/567350-membantu-petani-keluar-dari-perangkap-ke-5684ab>.

⁹ M. Munir, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Rahmad Semesta, 2009) h. 23.

- a) Metode (*manhaj*) istinbath merupakan proses penalaran (*istidlal*) yang digunakan untuk memahami dan menguraikan esensi dakwah berdasarkan sumber utama, yaitu Al-Qur'an dan hadis. Hasil dari metode ini berupa teori dasar dalam ilmu dakwah.
- b) Metode (*manhaj*) iqtibas adalah proses berpikir logis (*istidlal*) yang digunakan untuk menggali dan menjelaskan makna dakwah, baik dari sisi hakikat, kenyataan, maupun makna harfiahnya, dengan merujuk pada praktik Islam yang nyata, empiris, historis, serta yang dijalankan dalam kehidupan masyarakat.
- c) Metode (*manhaj*) istiqlal adalah pendekatan penalaran (*istidlal*) yang dilakukan melalui riset, baik secara kualitatif maupun kuantitatif, guna memahami dan mengungkap hakikat dakwah. Metode ini menggunakan teori utama dakwah hasil dari *manhaj* istinbath, serta teori-teori turunannya yang diperoleh dari *manhaj* iqtibas.¹⁰

3. Media Dakwah

Istilah *media* berasal dari bahasa Latin *median*, bentuk jamak dari *medium*, yang secara etimologis berarti alat perantara. Wilbur Schramm mendefinisikan media sebagai sarana teknologi informasi yang dimanfaatkan dalam proses pembelajaran. Dalam pengertian yang lebih khusus, media

¹⁰ Muhammad Sulthon, Menjawab Tantangan Zaman Desain Ilmu Dakwah Kajian Ontologis, Epistemologis dan Aksiologis, (Semarang: Walisongo Press, 2003), 107

merujuk pada perangkat fisik yang membantu menyampaikan isi materi atau pesan pembelajaran, seperti buku, film, kaset video, slide, dan lainnya.¹¹

Dalam bahasa Arab, istilah media dikenal dengan *wasilah*, yang berarti *al-wushlah* atau *at-tishāl*, yaitu segala sesuatu yang dapat menjadi penghubung untuk menyampaikan kepada sesuatu yang dituju. Dalam konteks dakwah, media atau *wasilah* diartikan sebagai sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah atau ajaran Islam kepada objek dakwah, yaitu *mad'u*.¹²

Secara umum media-media benda yang dapat digunakan sebagai media dakwah terdiri dari :

- a) Media visual
- b) Media audio
- c) Media audio visual
- d) Media cetak

4. Strategi Dakwah

Istilah *strategi* awalnya berasal dari dunia militer, yang merujuk pada cara mengatur dan memanfaatkan sumber daya, kekuatan, serta perlengkapan

¹¹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), 113

¹² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2004), 120

perang secara efektif guna meraih kemenangan dalam pertempuran. Dalam penggunaannya, istilah ini kerap disamakan dengan *taktik*, yang secara harfiah berarti respons atau gerakan suatu organisme terhadap rangsangan dari luar (*external stimulus*). Secara konsep, strategi dapat diartikan sebagai pedoman umum atau rencana menyeluruh yang digunakan dalam mengambil tindakan demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹³

Kata *dakwah* berasal dari bahasa Arab dan diturunkan dari tiga bentuk dasar: *da'a* (دعا), *yad'u* (يدعو), dan *da'watan* (دعوة), yang memiliki makna seperti ajakan, panggilan, undangan, seruan, pelayanan, dan doa. Secara morfologis, kata ini terdiri dari tiga huruf akar, yaitu *dal* (د), *'ain* (ع), dan *wau* (و), yang memiliki beragam arti seperti mendorong, memohon, mengajak, meminta pertolongan, hingga mengubah sesuatu melalui ucapan, tindakan, dan amal.¹⁴

Strategi dapat dipahami sebagai suatu perencanaan atau ketentuan yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu dengan cara yang efisien dan efektif. Istilah *dakwah* sendiri dalam kaidah tata bahasa Arab berbentuk *isim mashdar* (kata benda dasar) yang berasal dari fi'il *da'a-yad'u*, yang berarti memanggil, menyeru, atau mengajak.¹⁵

¹³ Pimay, Awaluddin, *Paradikmah Dakwah Humanis: Strategi Dan Metode Dakwah Prof KH Syaifudin Zuhri*, (Semarang: Rasail, 2005), 50

¹⁴ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 43

¹⁵ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 17.

Menurut Al-Bayanuni, strategi dakwah merupakan serangkaian perencanaan dan pedoman yang dirancang secara sistematis untuk mendukung pelaksanaan kegiatan dakwah agar berjalan secara terarah dan berhasil mencapai tujuannya.¹⁶

C. Pengertian Santri

Santri, menurut A. Hamid, adalah pelajar pesantren yang mendalami ilmu keislaman secara intensif di lingkungan pesantren. Mereka tidak hanya memperoleh pengetahuan agama, tetapi juga diajarkan nilai-nilai moral, karakter, dan spiritual yang berperan dalam membentuk kepribadian serta menjadi agen perubahan dalam masyarakat. Santri dianggap sebagai generasi penerus tradisi keislaman yang memiliki tanggung jawab untuk menyebarkan nilai-nilai agama melalui kehidupan sehari-hari dan kontribusi positif dalam pembangunan sosial.¹⁷

Kehidupan masyarakat daerah pedesaan di Jawa, ada kelompok komunitas muslim yang disebut santri. Santri adalah mereka yang dengan taat melaksanakan perintah agamanya, yaitu Islam. Sedangkan asal-usul perkataan santri menurut Rizki setidaknya ada 2 pendapat yang dapat dijadikan rujukan. Pertama santri berasal dari kata “Santri” dari bahasa sansekerta yang artinya melek huruf. Kedua, kata santri yang berasal dari bahasa Jawa “Cantrik” yang berarti seseorang yang mengikuti seorang guru kemanapun pergi atau menetap dengan tujuan dapat

¹⁶ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah Edisi Revisi (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 351

¹⁷ A. Hamid, *Sistem Pendidikan Pesantren Di Indonesia* (Jakarta: Pustaka AL-Huda, 2025). 15-20

belajar suatu keilmuan kepadanya. Pengertian ini senada dengan pengertian santri secara umum, yakni orang yang belajar agama Islam dan mendalami agama Islam di sebuah pesantrian (pesantren) yang menjadi tempat belajar bagi para santri. Jika dirunut dengan tradisi pesantren, terdapat dua kelompok santri, yakni:

Santri mukim yakni murid-murid yang berasal dari daerah jauh dan menetap di pesantren. Santri yang sudah lama mukim di pesantren biasanya menjadi kelompok tersendiri dan sudah memikul tanggung jawab mengurus kepentingan pesantren sehari-hari, seperti halnya mengajar santri-santri muda tentang kitab-kitab tingkatan rendah dan menengah. Santri kalong adalah murid-murid yang berasal dari desa sekelilingnya, yang biasanya mereka tidak tinggal di pesantren kecuali kalau waktu-waktu belajar (sekolah dan mengaji) saja, mereka bolak-balik (nglaju) dari rumah.¹⁸

D. Pengertian Meme Stiker

Meme stiker merupakan salah satu bentuk inovasi dalam dakwah bil kitabah yang menggabungkan elemen visual, teks singkat, dan humor untuk menyampaikan pesan keislaman. Penggunaan meme stiker di pesantren, khususnya di Pondok Pesantren Haji Ya'qub Lirboyo Kediri, mencerminkan adaptasi dakwah terhadap perkembangan teknologi dan budaya digital. Metode ini menawarkan keunggulan dalam daya tarik visual dan kecepatan penyebaran, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan lebih ringan dan mudah diingat

¹⁸ Paul Latzlawick, "Model Komunikasi Kyai Dengan Santri," 2013. 42

oleh santri. Inovasi ini juga menjadi solusi atas kejenuhan terhadap metode dakwah konvensional seperti ceramah yang sering dianggap monoton.¹⁹

Respons audiens dalam konteks dakwah digital dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kesesuaian pesan dengan kebutuhan dan karakteristik penerima, keefektifan penyampaian media, serta daya tarik visual yang memudahkan pemahaman. Dalam studi mengenai dakwah digital, ditemukan bahwa penggunaan media seperti meme stiker dapat meningkatkan minat dan pemahaman santri terhadap pesan keislaman, karena pendekatan ini lebih interaktif dan sesuai dengan gaya komunikasi generasi muda. Teori psikologi komunikasi juga mendukung bahwa penyampaian pesan yang menarik secara visual dapat meningkatkan retensi informasi dan motivasi penerima untuk mengamalkan pesan tersebut.²⁰

¹⁹ A. Siregar, "Dakwah Visual Di Era Digital: Pendekatan Baru Dalam Penyebaran Ajaran Islam" (Bandung: Mizan Press, 2024). 30-33

²⁰ B. Nugroho, *Respon Audiens Terhadap Dakwah Digital: Studi Kasus Di Pesantren* (Surabaya: Airlangga University Press, 2025). 50-55

