

PENGELOLAAN AKTIVITAS MEDIA SOSIAL PONDOK PESANTREN

Aan Herdiana

Universitas Peradaban

Jl. Raya Pagojengan Km.3 Paguyangan Kec. Paguyangan Kab. Brebes

aan.berdian89@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah pengelolaan media sosial Pondok Pesantren Miftahul Huda Rawalo Banyumas sebagai media dakwah kepada khalayak di era virtual. Dalam rangka penguatan dakwah virtual, Pondok Pesantren Miftahul Huda Rawalo Banyumas memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwahnya. Dalam mengkaji pengelolaan aktivitas media sosial, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus dengan konsep teori yang digunakan adalah *new media theory* yang berhubungan dengan media sosial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan aktivitas media sosial pondok pesantren Miftahul Huda Rawalo Banyumas bertujuan sebagai media komunikasi dan informasi dan *dawub* guru (nasehat, petuah Kiai). Sementara itu, dalam pengelolaan media sosial pondok pesantren melalui beberapa tahapan yaitu: tahapan perencanaan, tahapan pelaksanaan dan komunikasi, dan tahapan evaluasi.

Kata kunci:

pengelolaan, media sosial, pondok pesantren

Abstract:

This study aims to examine the management of social media at Miftahul Huda Islamic boarding school Rawalo Banyumas as a medium of da'wah to audiences in the virtual era. In order to strengthen virtual da'wah, Miftahul Huda Islamic Boarding School Rawalo Banyumas utilizes social media as a means of da'wah. In reviewing the management of social media activities, the author uses a qualitative approach and case study method with the theoretical concept used is new media theory related to social media. The results of this study indicate that the management of social media activities at the Miftahul Huda Islamic boarding school Rawalo Banyumas aims as a medium of communication and information and dawuh guru (advice from Kiai). Meanwhile, the management of Islamic boarding school social media goes through several stages, namely: the planning stage, the implementation and communication stages, and the evaluation stage.

Keywords:

management, social media, Islamic boarding school

PENDAHULUAN

Perkembangan dan lompatan teknologi informasi yang semakin cepat, memberi dampak perubahan bagi kehidupan manusia. Hampir seluruh sendi kehidupan manusia merasakan imbasnya, sosial-ekonomi, politik, pendidikan, perilaku keagamaan dan lainnya. Dengan hadirnya teknologi digital, menjadikan informasi dalam genggaman.

Teknologi digital tersebut tentunya mempengaruhi pola kehidupan masyarakat, termasuk perihal beragama. Menurut Jamaluddin (dalam Munawara, dkk., 2020) untuk menyelamatkan masyarakat dari arus informasi dari pihak yang tidak bertanggung jawab, misal terkait ujaran kebencian antar umat beragama, informasi hoax, dan informasi-informasi negatif lainnya, maka dalam hal ini pesantren harus tetap berada di garda terdepan. Hal tersebut selaras dengan kajian yang dilakukan oleh Nadirsyah Hosen (Mukhlisin, dkk., 2021) bahwa masyarakat modern saat ini membutuhkan petunjuk-petunjuk keagamaan secara virtual. Dalam kondisi tersebut, peran pondok pesantren untuk menyebarkan dakwahnya di ruang virtual sangat diharapkan masyarakat.

Di era media baru, khalayak tidak lagi dalam posisi pasif, tetapi juga aktif. Dalam arti, di era media baru khalayak selain menjadi pembaca, pendengar, atau penonton teks (pesan), di waktu yang bersamaan juga bisa memproduksi pesan atau konten, yang biasa disebut dengan istilah *new audience* (Nasrullah, 2016). Dengan karakteristik yang demikian, maka informasi bisa *berselimeran* di era media baru, termasuk informasi, pesan, atau konten yang negatif dan tidak bertanggung jawab, salah satunya tentang agama.

Berpijak dari hal tersebut, pondok pesantren mempunyai tempat yang strategis untuk menyelamatkan masyarakat dari informasi-informasi yang tidak bertanggungjawab. Memanfaatkan media digital dengan membuat konten-konten yang menarik, plus ada pembelajaran nilai-nilai agama di dalamnya bisa dijadikan sebagai sarana dakwah.

Hal tersebut selaras dengan apa yang dikatakan Romzi, bahwa selama ini media digital telah dimanfaatkan sebagai “senjata” oleh sebagian orang yang tidak bertanggungjawab dengan tujuan untuk mengadu domba sesama umat Islam. Oleh karena itu, pondok pesantren sudah seharusnya memanfaatkan media digital dengan memproduksi dan menyebarkan konten-konten tentang keagamaan.

Mencermati fenomena tersebut, pondok pesantren sebagai lembaga agama tertua, tentu tidak cukup jika hanya melakukan dakwah di atas mimbar saja. Dalam konteks ini diperlukan model dan strategi dakwah yang lebih dekat dengan masyarakat modern seperti sekarang ini, yakni salah satunya dengan menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah. Sehingga, konten atau pesan dakwah tersebut, tidak hanya dinikmati oleh kalangan tertentu saja, namun bisa juga dinikmati oleh masyarakat luas (Asror, 2014). Oleh karenanya, membuat konten positif, yang di dalamnya terdapat nilai-nilai Islam, lalu menyebarkan konten tersebut secara massif di media sosial, merupakan langkah nyata dari dakwah virtual.

Dalam rangka penguatan dakwah virtual, Pondok Pesantren Miftahul Huda Rawalo Banyumas memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwahnya. Media sosial menjadi pilihan sebagai sarana dakwah karena adanya fitur-fitur menarik, yang menjadi daya tarik khalayak untuk mencari informasi, salah satunya tentang agama (Anwas, 2015). Pentingnya media sosial dalam pengembangan dakwah di era digital, membuat peneliti tertarik melakukan kajian tentang bagaimana pengelolaan aktivitas media sosial di Pondok Pesantren Miftahul Huda Rawalo Banyumas.

LANDASAN TEORI

Media Sosial

Perkembangan yang cepat di bidang teknologi dan informasi, menjadikan dunia dalam genggaman. Bagi masyarakat modern, informasi sudah menjadi kebutuhan primer yang tidak terelakan. Adanya kebutuhan untuk mengetahui informasi di pelosok negeri bahkan dunia, atau hanya sebatas hiburan belaka, menjadikan manusia seolah tidak bisa hidup tanpa koneksi internet. Menurut Berger (2014) fungsi-fungsi media yang selama ini didapat dari media tradisional, semisal televisi, koran, dan radio, juga mulai tergantikan dengan adanya internet.

Lebih lanjut Berger (2014) mengatakan bahwa media sosial dan ponsel saat ini, memainkan peran yang semakin penting dalam kehidupan sehari-hari orang-orang di seluruh dunia. Lebih dari satu miliar orang sekarang termasuk dalam Facebook, dan smartphone dibeli dengan harga yang luar biasa. Smartphone baru dan yang lebih canggih selalu dikembangkan setiap saat.

Hal tersebut selaras dengan survei yang dilakukan oleh Lembaga Survei Indonesia, dengan mengajukan pertanyaan “Dari mana Anda mendapatkan berita dan informasi?” hasilnya adalah 14,4 persen yang menjawab televisi sebagai sumber akses utama informasi. Sedangkan 83,6 persen memperoleh informasi dari internet, dan hanya 1,7 persen yang membaca koran.

Van Dijk (dalam Nasrullah, 2016) menjelaskan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Jennifer Alejandro (2010) menjelaskan, “*Social media is a term used to describe the type of media that is based on conversation and interaction between people online*”. Sementara itu, Nasrullah (2016) menjelaskan bahwa media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Definisi yang lebih luas terkait dengan media sosial dijelaskan oleh Howard and Parks (2012) mengatakan bahwa media sosial terdiri dari tiga bagian: (a) infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan konten; (b) konten yang mengambil bentuk digital dari pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk budaya; dan (c)

orang, organisasi, dan industri yang memproduksi dan mengonsumsi konten digital.

Media sosial merupakan salah satu platform yang muncul di media siber. Oleh karenanya, karakteristik antara media sosial dan media siber tidak jauh berbeda. Namun demikian, media sosial mempunyai karakteristik khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial. Salah satunya, seperti yang dijelaskan oleh Nasrullah (2016) adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Adapun karakteristik dari media sosial, yaitu: jaringan (*network*), informasi (*information*), arsip (*archive*), interaksi (*interactivity*), simulasi sosial (*simulation of society*), dan konten oleh pengguna (*user-generated content*).

Literasi Digital Pondok Pesantren

Dalam perjalanan hidup manusia, literasi sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam membuat sebuah peradaban. Seiring berjalannya waktu, dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini, membutuhkan kemampuan-kemampuan baru untuk pengembangan literasi di era digital.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa literasi adalah kemampuan menulis dan membaca; pengetahuan atau keterampilan dalam bidang atau aktivitas tertentu (komputer); kemampuan individu dalam mengolah informasi dan pengetahuan untuk kecakapan hidup. Sementara itu, menurut UNESCO literasi tidak hanya berkaitan dengan baca tulis, melainkan segenap kemampuan untuk mengidentifikasi, memahami, menafsirkan, menciptakan, mengkomunikasikan, memperhitungkan, dan menggunakan bahan-bahan cetak dan tulis yang bertautan dengan berbagai konteks (Harjono, 2018).

Literasi digital menurut Paul Gilster dalam bukunya yang berjudul *Digital Literacy*, dijelaskan bahwa literasi digital adalah sebuah kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber yang sangat luas, yang bisa diakses melalui komputer (Mayani, 2017). Sementara itu, Hobbs (2017), mengemukakan bahwa literasi digital merupakan konstelasi pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi-kompetensi yang diperlukan untuk berkembang dalam budaya yang didominasi oleh teknologi.

Literasi digital dalam kaitannya dengan perkembangan pesantren, merupakan istilah yang baru, setelah hadirnya internet (Mukhlisin, dkk., 2021). Sejatinya literasi membaca dan menulis sangat melekat bagi budaya pesantren.

Namun demikian, seiring berkembangnya teknologi dan informasi, pesantren juga diharapkan untuk menguasai pengetahuan tentang literasi digital.

Dalam kaitannya dengan hal tersebut, pondok pesantren sejatinya harus melek dengan kondisi yang ada. Apalagi di media sosial ada beberapa akun yang “katanya” mengatasnamakan Islam, namun kontennya malah bersebrangan dengan nilai-nilai Islam. Pondok pesantren, dengan modal sosial yang dipunyai bisa menjadi agen untuk memproduksi konten-konten positif di media sosial. Asalkan, menurut Farid (2019), media sosial pondok pesantren tersebut dikelola dengan baik dan tidak tersandera kepentingan golongan tertentu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Menurut Denzin dan Lincoln penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada (Mohadjir, 2000). Metode studi kasus digunakan karena mempertimbangkan relevansinya untuk menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti dengan tujuan memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam (Mulyana, 2001), selain juga kasus tersebut mewakili kasus yang unik (Yin, 2014). Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan tiga kegiatan yaitu reduksi data, *data display*, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Moleong, 2010).

PEMBAHASAN

Potensi media sosial, bagi pondok pesantren sudah selayaknya dimanfaatkan dengan baik sebagai salah satu sarana atau media dakwah. Di era informasi seperti sekarang ini, dakwah tidak bisa hanya sebatas ceramah di atas mimbar. Di era sekarang, mimbar tersebut berada dalam genggam tangan. Hal tersebut senada dengan pernyataan KH. Maimun Zubair, bahwa pondok pesantren supaya mampu mengikuti perkembangan zaman, termasuk salah satunya dalam menguasai teknologi dan informasi, sehingga mampu mengemas dakwah dalam format yang kekinian (Munawara, dkk., 2020).

Pondok Pesantren Miftahul Huda Rawalo Banyumas berdiri pada tahun 1963, didirikan oleh KH Zaeni Ilyas. Sejak awal berdirinya pesantren ini menempuh sistem salafiah murni. Seiring berjalan waktu, awal tahun 1995

Pondok Pesantren Miftahul Huda telah merintis pendirian madrasah ibtidaiyah dan taman kanak-kanak. Secara bertahap pesantren mengadakan pembaharuan dengan memadukan sistem tradisional dan sistem pembelajaran modern baik metode maupun teknik yang diterapkannya.

Dalam perkembangannya, Pondok Pesantren Miftahul Huda sudah berkontribusi dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam bidang pendidikan agama. Namun demikian, tugas dan peran pondok pesantren tidak berhenti sampai di situ, karena masyarakat terus mengalami perkembangan dari masa ke masa. Terlebih, dengan hadirnya teknologi digital yang hadir di tengah masyarakat, bahkan menjadi bagian yang tidak terpisahkan bagi masyarakat modern saat ini.

Salah satu program dakwah yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Miftahul Huda, di antaranya menggunakan media sosial pondok pesantren yang berisi tentang kegiatan-kegiatan pondok pesantren dan *dawuh* guru.

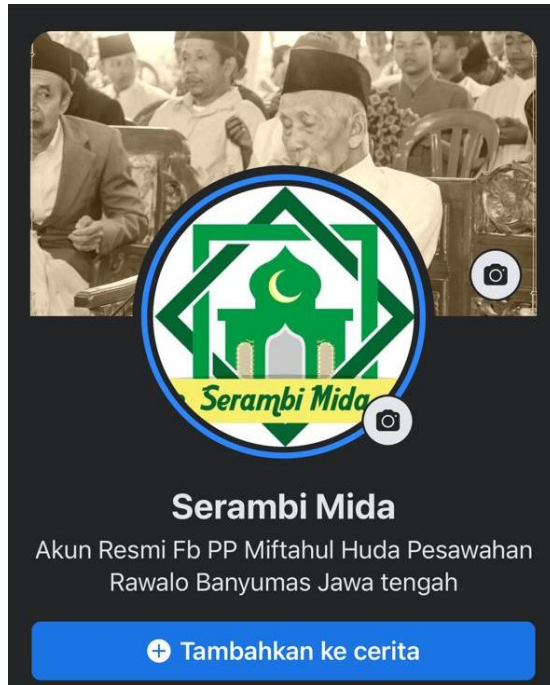
Media sosial pondok pesantren dikelola oleh para santri senior yang tergabung dalam MH Media. Menurut salah satu pengurus, Imam Maarif, mengatakan bahwa salah satu alasan mendasar kenapa Pondok Pesantren Miftahul Huda aktif di media sosial salah satunya adalah terinspirasi dari Pondok Pesantren Lirboyo Kediri dan Pondok Pesantren An Nawawi Berjan Purworejo, yang terlebih dahulu aktif di media sosial. Selain itu, juga sebagai sarana komunikasi dan informasi kepada wali santri, alumni, dan masyarakat umum. Dengan adanya media sosial para orang tua bisa memahami kegiatan-kegiatan pondok, dan mereka bangga ketika anaknya ada dalam video atau gambar yang diunggah di media sosial.

Hal tersebut tentunya positif dalam membangun komunikasi antar pondok pesantren dengan wali santri. Di samping juga sebagai menjadi media penghubung bagi para alumni Pondok Pesantren Miftahul Huda untuk selalu menjaga tali silaturahmi bersama para guru melalui media sosial. Hal tersebut, terbukti ketika ada acara tahunan pondok, semisal acara Haul, para alumni dan wali santri sudah hampir dipastikan banyak yang hadir. Di sisi lain, bagi khalayak atau masyarakat juga bisa lebih mengenal dan memahami kegiatan-kegiatan yang ada di pondok pesantren.

Pondok pesantren Miftahul Huda Rawalo Banyumas, menggunakan beberapa media sosial yang dijadikan sebagai sarana informasi, komunikasi, dan menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada khalayak seperti, facebook, instagram, dan youtube. Masing-masing media sosial, mempunyai konten yang berbeda-beda, dalam hal ini disesuaikan dengan segmentasi dan

karakteristik media sosial tersebut. Selain itu, konten harus dibuat semenarik mungkin, untuk mendapat perhatian dari khalayak.

Facebook



Gambar 1
Profil Akun facebook Pondok Pesantren Miftahul Huda

Facebook menjadi salah satu media sosial yang digunakan oleh Pondok Pesantren Miftahul Huda untuk menyampaikan informasi, pesan, atau kegiatan pondok pesantren. Hampir semua orang mengenal facebook sebagai media sosial. Beberapa kegiatan yang bisa dilakukan di facebook seperti yang dijelaskan oleh Bob Mathews (Alejandro, 2010): *You can post “status updates” to let others know what you’re doing, what you’re thinking, where you’re going, or just about anything else you want. You can post videos and photos, join groups, join fan pages, put things on the calendar, and on & on.*

Youtube



Gambar 2

Profil Akun Youtube Pondok Pesantren Miftahul Huda

Untuk konten yang berupa video, pondok pesantren Miftahul Huda menggunakan media sosial youtube. Sampai saat ini, youtube Pondok Pesantren Miftahul Huda sudah memposting 114 video dengan 2,36 ribu subsciber. Konten video yang dipublish sebagian besar adalah kegiatan-kegiatan yang ada di pondok. Selain itu, ada juga cover shalawat dan film pendek karya santri pondok pesantren Miftahul Huda yang sudah ditonton sebanyak 3,4 ribu kali.

Instagram



Gambar 3
Profil Akun Instagram Pondok Pesantren Miftahul Huda

Media sosial selanjutnya adalah instagram. Saat ini, akun instagram pondok pesantren Miftahul Huda sudah mempunyai 2.593 followers dengan 285 postingan. Postingan di instagram lebih kepada konten yang berupa foto atau gambar, dan video pendek.

Tahap Perencanaan Media Sosial

Dalam pengelolaan media sosial pondok pesantren Miftahul Huda tersebut, mempunyai kepengurusan sendiri, untuk mengelola konten-konten media sosial pondok pesantren, yang tergabung dalam MH Media. Pada dasarnya MH Media berfungsi sebagai tempat untuk mencari, mengelola, dan mempublish konten ke media sosial. Mulai dari perencanaan, mengelola konten mentah menjadi konten visual yang menarik perhatian khalayak.

Perencanaan media sosial pondok pesantren, diawali dengan menetapkan tujuan. Tujuan dari pengelolan media sosial pondok pesantren adalah sebagai media komunikasi dan informasi tentang kegiatan-kegiatan pondok pesantren dan *dawuh* guru (nasehat-nasehat dan petuah dari para Kiai

tentang kehidupan, beragama, bernegara, dan lain sebagainya) baik itu berupa gambar (tulisan), audio, dan video.

Pengelola media sosial pondok pesantren, melakukan perencanaan terkait konten yang akan publish di media sosial. Namun demikian, tahap perencanaan belum sepenuhnya menyeluruh. Hal tersebut seperti dijelaskan Imam Maarif, “dalam tahap perencanaan media sosial belum sampai pada tahapan perencanaan redaksi mau buat konten apa, publish di hari apa, dan lainnya”. Namun, tahapan perencanaan media sosial dilakukan ketika ada agenda besar pondok pesantren, seperti acara Haul pondok pesantren, pengajian akbar, dan lainnya.

Tahap Pelaksanaan dan Komunikasi Media Sosial

Pada tahap pelaksanaan dan komunikasi di media sosial ini lebih menekankan kepada proses pelaksanaan yang disesuaikan dengan perencanaan yang telah disusun sebelumnya. Tahap pelaksanaan ini meliputi pencarian konten media sosial, pengolahan konten, dan pengunggahan konten.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, pengelolaan media sosial Pondok Pesantren Miftahul Huda, yang dalam hal ini dikelola oleh MH Media, belum mempunyai perencanaan yang mapan tentang konten di media sosial. Dalam arti, konten yang ada di media sosial pondok selama ini sebatas memposting kegiatan-kegiatan Pondok Pesantren Miftahul Huda dan beberapa konten lainnya tentang nasehat para guru tentang agama dan kehidupan.

Konten yang ada di media sosial pondok, sejatinya sudah menarik dan ada nilai-nilai pendidikan agama bagi khalayak. Namun, jika ditelisik lebih dalam, media sosial pondok belum mempunyai “tema khusus” untuk konten di media sosial. Tema khusus ini misalnya, konten media sosial setiap harinya berbeda. Hari Senin memposting tentang kegiatan pondok, hari Selasa tentang nasehat dari para Kiai, hari Rabu tentang kreativitas santri, hari Kamis membahas isu atau fenomena yang lagi hangat diperbincangkan di masyarakat, dan seterusnya, yang itu terjadwal dan terencana dengan baik. Hal tersebut diakui oleh pengurus MH Media, bahwa selama ini perencanaan dan pengelolaan aktivitas media sosial pondok baru berjalan ketika ada kegiatan besar di pondok pesantren.

Adapun tahapan pelaksanaan ketika ada kegiatan atau agenda akbar di pondok pesantren meliputi pencarian konten media sosial, pengolahan konten, dan pengunggahan konten. Tahapan pertama yaitu pencarian konten.

Konten visual ini didapatkan dari hasil dokumentasi kegiatan pondok pesantren, baik itu dalam bentuk gambar (foto) atau video. Dalam tahapan pencarian konten ini, pengurus MH Media, menugaskan beberapa anggota untuk mendokumentasikan kegiatan tersebut.

Tahapan kedua adalah pengolahan konten. Konten visual yang sudah didapatkan oleh tim lapangan kemudian diolah dengan cara mengedit konten. Mulai dari pencahayaan, warna, penambahan informasi, dan lainnya untuk memperindah konten tersebut. Ketika konten dirasa sudah siap, langkah selanjutnya adalah mengunggah atau memposting konten tersebut di media sosial pondok. Berikut adalah salah satu contoh unggahan dari akun instagram pp_miftahulhuda yang berisi konten agenda kegiatan pondok.



Gambar 4

Salah satu unggahan dari akun instagram pp_miftahulhuda

Tahapan Evaluasi Media Sosial

Proses evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas media sosial yang digunakan. Kegiatan ini merupakan proses penilaian tentang bagaimana tanggapan atau respon dari khalayak atau masyarakat mengenai konten-konten media sosial pondok yang sudah diunggah. Dalam melakukan evaluasi

pengelolaan media sosial pondok pesantren, MH Media melakukan review terhadap konten media sosial. Review yang dilakukan adalah dengan menganalisis konten mana yang paling disukai dan diminati oleh khalayak.

Hasil dari evaluasi tersebut, nantinya akan menjadi bahan pertimbangan. Ketika ada konten yang kurang diminati maka akan diperbaiki oleh MH Media, untuk postingan-postingan selanjutnya yang lebih baik. Harapan dari proses evaluasi ini adalah adanya perbaikan dari sisi konten yang dibuat oleh MH Media. Selain itu, dengan adanya evaluasi juga memunculkan ide-ide atau konsep baru untuk postingan selanjutnya.

Kreativitas Melalui Inovasi Konten Media Sosial

Tujuan dari pengelolaan media sosial pondok pesantren Miftahul Huda adalah sebagai media komunikasi dan informasi tentang kegiatan pondok kepada wali santri, alumni pondok, dan masyarakat pada umumnya dan untuk menyampaikan *dawuh* guru (nasehat, perintah para Kiai). Kegiatan-kegiatan yang ada di pondok, dan nasehat-nasehat dari para Kiai dijadikan konten media sosial. Dalam membuat konten media sosial, sangat dituntut kreativitas dari pengelola untuk membuat konten yang unik dan menarik.

Salah satu konten yang unik dan kreatif adalah film pendek dengan judul “Tbu Aku Kepengin Pulang” karya santri Pondok Pesantren Miftahul Huda. Film pendek yang berdurasi 7 menit 36 detik ini menyita perhatian para santri. Terbukti film pendek ini sudah ditonton sebanyak 3,4 ribu kali, dan sempat menjadi perbincangan di internal pondok, karena kelucuan dan kepolosan tokoh utamanya.



Film Pendek || The Santri-Sedih Ibu Aku
Kepengin Pulang | SANTRI MIFTAHUL H...

PP Miftahul Huda Pesawahan · 3,4 rb x ditonton · 1
tahun yang lalu

Gambar 5

Film pendek tentang santri garapan MH Media

Walaupun pengambilan gambar, pencahayaan, dan lainnya masih sederhana, namun karya ini merupakan bukti nyata bahwa MH Media bersama santri mempunyai potensi dan kreativitas dalam membuat karya. Apresiasi tidak hanya dari internal pondok, namun juga dari komentar netizen atau khalayak yang telah menonton film pendek tersebut. Komentarnya beragam, namun positif, seperti komentar dari Adi Dimas Fazrul Fallah: ‘Kalian kuat, kalian hebat, salah satunya adik saya. Semangat dan terus berkarya; komentar lainnya datang dari Hilmi Shonhaji, ‘Jangan berhenti berkarya’.

Berpijak dari hal tersebut, perlu adanya pengelola yang ahli di bidang videografi untuk memproduksi video untuk di unggah di youtube. Mencermati perkembangan media sosial saat ini, youtube menjadi salah satu media yang menjanjikan jika dikelola dengan manajemen yang baik. Dalam hal ini, media sosial youtube bisa dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dakwah dari para Kiai pondok pesantren.

Selain itu, juga sebagai media untuk mendokumentasikan kegiatan atau peristiwa yang penting bagi pondok pesantren, dan membuat film pendek yang unik dan kreatif tentang kehidupan di pondok pesantren. Film pondok tersebut sebagai sarana untuk mengenalkan pondok pesantren dan kehidupannya kepada khalayak. Film tersebut menjadi penting dan menarik, karena tidak semua orang berkesempatan untuk menuntut ilmu di pondok

pesantren. Melalui produksi film tersebut, khalayak bisa belajar agama dengan cara yang menyenangkan.

PENUTUP

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa pengelolaan aktivitas media sosial Pondok Pesantren Miftahul Huda Rawalo Banyumas bertujuan sebagai media komunikasi dan informasi tentang kegiatan-kegiatan pondok pesantren dan dawuh guru (nasehat-nasehat, petuah dari para Kiai tentang kehidupan, beragama, bernegara, dan lain sebagainya). Dalam pengelolaan media sosial pondok pesantren melalui beberapa tahapan yaitu: tahapan perencanaan, tahapan pelaksanaan dan komunikasi, dan tahapan evaluasi. Tahap perencanaan media sosial pondok, yang dikelola oleh MH Media, belum sepenuhnya mempunyai perencanaan tentang konten media sosial pondok. Namun, ketika pondok mempunyai acara atau kegiatan besar, proses perencanaan konten media sosial sudah berjalan. Tahapan pelaksanaan dan komunikasi meliputi pencarian konten media sosial, pengolahan konten, dan pengunggahan konten. Sementara itu, tahapan evaluasi yang sudah berjalan adalah dengan mengkaji tanggapan atau respon dari khalayak atau masyarakat mengenai konten-konten media sosial pondok yang sudah diunggah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alejandro, Jennifer. (2010) "Journalism In The Age Of Social Media Reuters Institute Fellowship Paper University of Oxford,
- Anwas, O. M. (2015). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Pesantren Rakyat Sumber Pucung Malang. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 21(3), 207. [https:// doi.org/10.24832/jpnk.v21i3.187](https://doi.org/10.24832/jpnk.v21i3.187).
- Asror, A. (2014). Dakwah Transformatf Lembaga Pesantren Dalam Menghadapi Tantangan Kontemporer. *Jurnal Dakwah*, 15(2), 289–312.
- Berger, Arthur Asa. (2014). *Media analysis techniques*. Washington DC: Sage Publications, Inc.
- Dyna Herlina S, Membangun Karakter Bangsa melalui Literasi Digital <http://staff.uny.ac.id/dyna-herlina-suwarto-msc>
- Farid,Achmad. (2019). Optimalisasi Media Sosial Pesantren untuk Membendung Konten Negatif di Dunia Maya, *Dakwatuna: Jurnal dakwah dan komunikasi Islam*, 5(1), 31-37.
- Fikse, John. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.

- Harjono, Hary Soedarto. (2018). Literasi Digital: Prospek dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa, *PENA Jurnal pendidikan bahasa dan sastra*, 8(1), 1-7.
- Howard, P. N., & Parks, M. R. (2012). Social media and political change: Capacity, constraint, and consequence. *Journal of Communication*, 62, 359-362. doi: 10.1111/j.1460- 2466.2012.01626.x.
- Mayani ,Luh Anik (ed.). (2017). *Materi Pendukung Literasi Digital*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta.
- Mohadjir, Noeng. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Mukhlisin, dkk. (2021). Urgensi Literasi Digital Bagi Santri Milenial Di Pondok Pesantren Rahmatutthoyibah Al-Iflahah Gunung Kaler Tangerang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat – Aphetion*. 1(2), 208-214.
- Munawara, dkk. (2020) Pemanfaatan Media Digital untuk Dakwah Pesantren Tebuireng (Studi pada Akun Media Sosial tebuireng.online) *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 14(1), 29-45.
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi* Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Safitri, Tulaihah Ning. (2020). Potensi Santri Dalam Transformasi Digital Literacy Memasuki Era Revolusi Industri 4.0 di Pondok Pesantren Modern, *Mozaiik Islam Nusantara*, 6(2), 191-211.
- Yin, R.K. (2014). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. 1st edition. Jakarta, Rajawali Pers.